

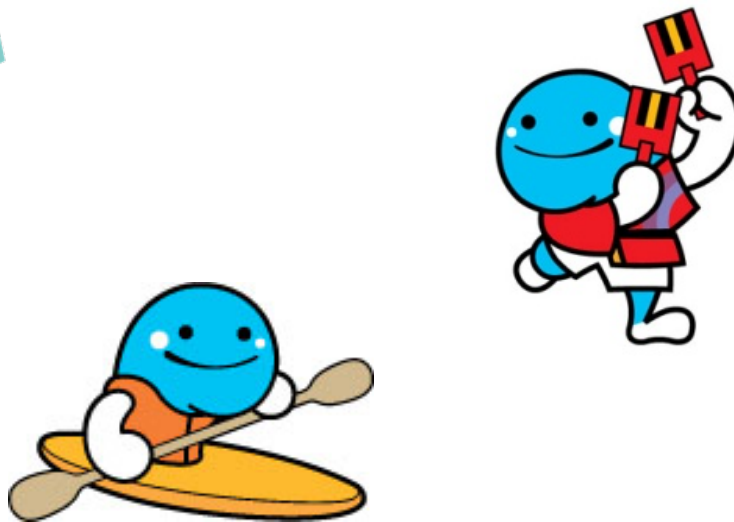


飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

変わろう・変えよう・産業と暮らし
第3期高知県産業振興計画 ver.2 (案)

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《 総論 》



平成 29年3月

高 知 県



第3期高知県産業振興計画の改定にあたって

高知県は、人口の減少が県内市場の縮小を招くことにより若者がさらに県外に流出し、さらに人口減少が加速するといった「人口減少による負のスパイラル」をたどってまいりました。

こうした本県の根本的な課題に真正面から立ち向かい、生産年齢人口の減少に伴い下降を続けていた本県経済を上昇に転じさせ、県勢浮揚を成し遂げるため、「高知県産業振興計画」を策定し、官民一丸となって挑戦を続けています。

これまでの第1期計画（H21年度～H23年度）、第2期計画（H24年度～H27年度）の取り組みを通じて、県が定量的に把握できるものだけでも6,000人を超える雇用が生まれておりますし、長年にわたって、生産年齢人口の減少に連動する形で減少傾向にあった各分野の産出額等は、平成23年前後をターニングポイントとして、上昇傾向に転じているところです。

この流れをさらに力強いものとするため、「第3期高知県産業振興計画」（H28年度～H31年度）では、『**「地産外商」の取り組みをさらに強化し、その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環へとつなげる**』ことにより、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を創出し、若者が地域地域で働き続けられる土壌を作っていくことを目指した取り組みを進めています。

産業振興計画の取り組みを通じて、地産外商の取り組みが拡大した結果、本県経済は、人口減少下においても縮むことなく、むしろ拡大する方向へと転じつつあると感じております。また、昨年は、統計史上初めて年間を通じて、有効求人倍率が1倍を超えるなど、手応えをより力強く感じられるものも出てまいりました。

しかしながら、まだまだ道半ばであり、さらには、取り組みが進んだが故の新たな課題も生じております。

このため、平成29年度はこれまでの取り組みの土台の上に立って、「地産」「外商」「拡大再生産」の取り組みをより一層パワーアップさせ、第3期計画をバージョン2へと改定いたしました。

大きな特徴といたしまして、特に各産業分野における民間事業者の皆様の自律的な発展を促す施策、例えば、事業戦略づくりの取り組みなどに注力してまいりますとともに、人手不足という課題も勘案しながら、生産性・付加価値の向上に向けた様々な新たな挑戦を応援してまいります。

また、一定軌道に乗ってきた取り組みにつきましては、「官主導型から民主体の官民協働」へと移行し、県としましては、その分、より困難なフロントに、より一層注力してまいりたいとも考えております。

「地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県」の一日も早い実現を目指し、私自身、県庁職員と共に知恵を出し、大いに汗をかいて、県民の皆様と共に、さらなる挑戦を続けてまいりたいと考えております。

皆様の積極的なご参画とご協力を心よりお願い申し上げます。

平成29年3月

高知県知事 尾崎 正直

目次

【総論】

I 産業振興計画の全体像

- 1 はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 2 計画策定の背景・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - 「人口減少の負のスパイラル」に陥った本県経済
- 3 産業振興計画策定の意図（目的）・・・・・・・・ 5
 - 負の連鎖を断ち切るために
 - 「経済の活性化」＝「高知県産業振興計画」の推進
 - 「高知県産業振興計画」による中山間地域の活性化
- 4 産業振興計画の構成等・・・・・・・・ 7
 - 総論 ■産業成長戦略 ■地域アクションプラン
- 5 産業振興計画の効果的な推進・・・・・・・・ 9
 - 官民協働、市町村との連携協調による取り組みを進める
 - 産業分野や段階を横断した川上から川下までのトータルプランとして策定
 - PDCAサイクルにより絶えずバージョンアップを図る
- 6 産業振興計画の推進体制・・・・・・・・ 11
 - 県庁内の推進体制
 - 庁外委員によるフォローアップ体制
- 7 これまでの取り組みの成果と課題・・・・・・・・ 13
 - 第1期計画における取り組みの成果と課題
 - 第2期計画における取り組みの成果と課題

II 第3期計画の推進

- 1 第3期計画の戦略の方向性・・・・・・・・ 16
 - 「地産外商」の取り組みをさらに強化し、その流れを より 力強い「拡大再生産」の好循環につなげることを目指す
- 2 第3期計画で掲げる目標・・・・・・・・ 17
- 3 本県産業の内的要因・外的要因（SWOT分析）・・・・・・・・ 22
 - （1）本県の強み （2）本県の弱み
 - （3）機会（チャンス）とすべき世界の潮流や全国の趨勢
 - （4）脅威となる社会経済の動向
- 4 第3期計画の基本方向・・・・・・・・ 31
 - 改革のための5つの基本方向
- 5 第3期計画の重点取り組み・・・・・・・・ 34
- 6 第3期計画の改定（第1次改定）・・・・・・・・ 42
- 7 第3期計画のさらなる進化に向けて・・・・・・・・ 50
 - 他の政策との融合・発展
 - 産業振興計画のさらなる進化に向けて

<付属資料>

I	第1期計画の改定	54
1	第1期計画における改定の経緯	54
II	第1期計画（平成21～23年度）の総括	56
1	第1期計画の評価	56
2	今後の展開（さらなる飛躍に向けた挑戦）	72
III	第2期計画の改定	73
1	第1次改定（平成25年3月）の詳細	73
2	第2次改定（平成26年3月）の詳細	80
3	第3次改定（平成27年3月）の詳細	87
IV	第2期計画（平成24～27年度）の総括	94
1	第2期計画の取り組みと成果等（全体まとめ）	94
2	県政浮揚に向けて乗り越えるべき課題と第3期計画の戦略の方向性	99
3	産業成長戦略の総括	100
4	地域アクションプランの総括	118
V	高知県経済等の動向（平成29年3月現在）	122

【産業成長戦略】……………《別冊参考2》

I 専門分野の成長戦略

- 1 農業分野
- 2 林業分野
- 3 水産業分野
- 4 商工業分野
- 5 観光分野

II 産業間の連携戦略

- 1 地産地消・地産外商戦略の展開
- 2 移住促進による地域と経済の活性化
- 3 担い手の育成・確保
- 4 地域産業クラスターの形成
- 5 起業や新事業展開の促進
- 6 産学官連携による力強い産業の礎を築く

＜付属資料＞

I 用語の解説

＜参考資料＞

I 計画のフォローアップ

- 1 フォローアップの経過
- 2 産業振興計画フォローアップ委員会の構成等
 - (1) フォローアップ委員会
 - (2) 専門部会
 - (3) 連携テーマ部会
 - (4) 産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱

【地域アクションプラン】・・・・・・・・・・・・・・・・・・《別冊参考3》

I 地域区分

II 各地域の具体的な取組

- 1 安芸地域
- 2 物部川地域
- 3 高知市地域
- 4 嶺北地域
- 5 仁淀川地域
- 6 高幡地域
- 7 幡多地域

III 地域アクションプランからの自立プラン

＜付属資料＞

用語の解説

推進経過

地域アクションプランフォローアップ会議委員名

【 総 論 】

I 産業振興計画の全体像

1 はじめに

高知県では、県経済が抱える積年の課題に正面から向き合い、経済を根本から元気にするためのトータルプランとして、「高知県産業振興計画」を策定し、平成 21 年度から官民一丸となって県勢浮揚に挑戦してきました。

この計画は、社会経済情勢の変化やPDCA¹サイクルによる改善、新たな課題への対応などを行うため、毎年度、内容をバージョンアップしていますが、平成 24 年度からスタートした第 2 期高知県産業振興計画（以下「第 2 期計画」という。）の計画期間が、平成 27 年度末で終了したことから、これまでの 7 年間の取り組みを土台に、飛躍への挑戦を新たなステージへ引き上げるため、平成 28 年度から平成 31 年度までの 4 年間の計画期間とする「第 3 期高知県産業振興計画」（以下「第 3 期計画」という。）を策定しました。

さらに、今回、これまでの取り組みの土台の上に立って、「地産」「外商」「拡大再生産」の取り組みをもう一段パワーアップし、「第 3 期計画 ver.2」へと改定し、取り組みをさらに加速していきます。

2 計画策定の背景

第 1 期高知県産業振興計画（以下「第 1 期計画」という。）を策定した当時は、以下のような背景がありました。

■「人口減少の負のスパイラル」に陥った本県経済

当時、日本全体としては、平成 14 年 2 月から始まった景気回復が戦後最長の 69 ヶ月間続き、有効求人倍率や業況判断 D. I.（日本銀行調査）等も上昇を続けていましたが、平成 19 年夏以降、アメリカのサブプライム住宅ローン問題を背景とした原油・原材料価格の高騰、輸出の減少等により景気後退局面に入ったところでした。

本県においては、公経済への依存度が高く、産業基盤が弱いことから、戦後最長と言われた景気回復の恩恵を十分に受けることができず、また、かつては全国の景気に一定連動していた有効求人倍率（図 1）も、この間 0.5 倍前後で低迷、業況判断 D. I.（図 2）もほぼ同じような形で全国の動きに関わりなく、低迷を続けていました。

こうしたところに、全国的な景気回復の波に乗ることができなかった本県経済の構造的な問題が見て取れます。

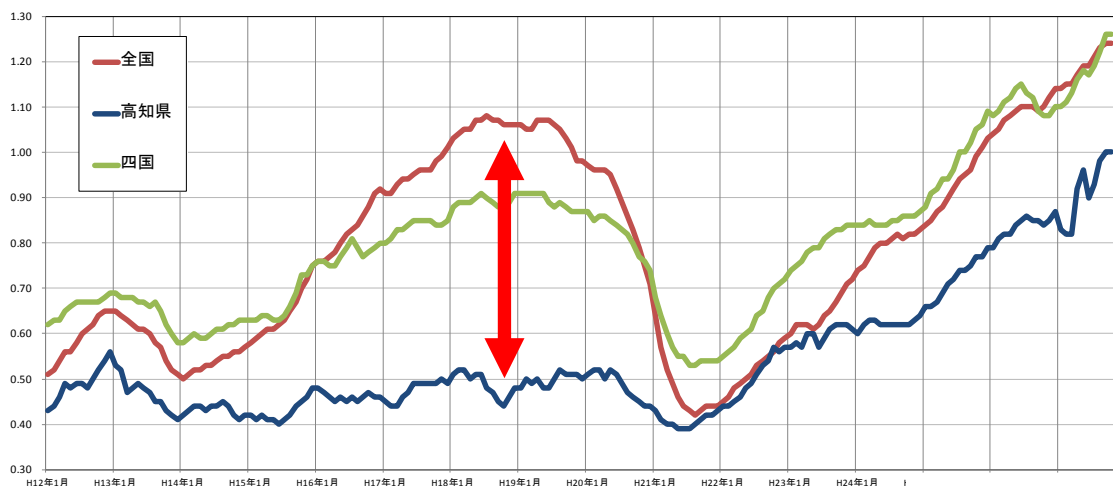
¹ Plan（計画）、Do（実行）、Check（検証）、Action（改善）による行動プロセス

同時に、全国の景気回復局面では、若者を中心に多くの人材が県外に流出し、本県から他都道府県への人口の転出超過が加速(H17:2,463人、H18:3,491人、H19:4,542人、H20:4,321人)しました(図3)。

また、本県は、全国より15年先行して平成2年から人口が自然減の状態に陥り(図4)、また、高齢化も全国より10年先行して進行しています。これにより、働き手となる「生産年齢人口」の減少が加速し、同時に、消費意欲が旺盛な若者を中心に、「モノを買う人」の数が減少した結果、本県の年間商品販売額は平成9年から平成19年の10年間で約2割減少するなど、県内市場も大きく縮小しました(図5)。

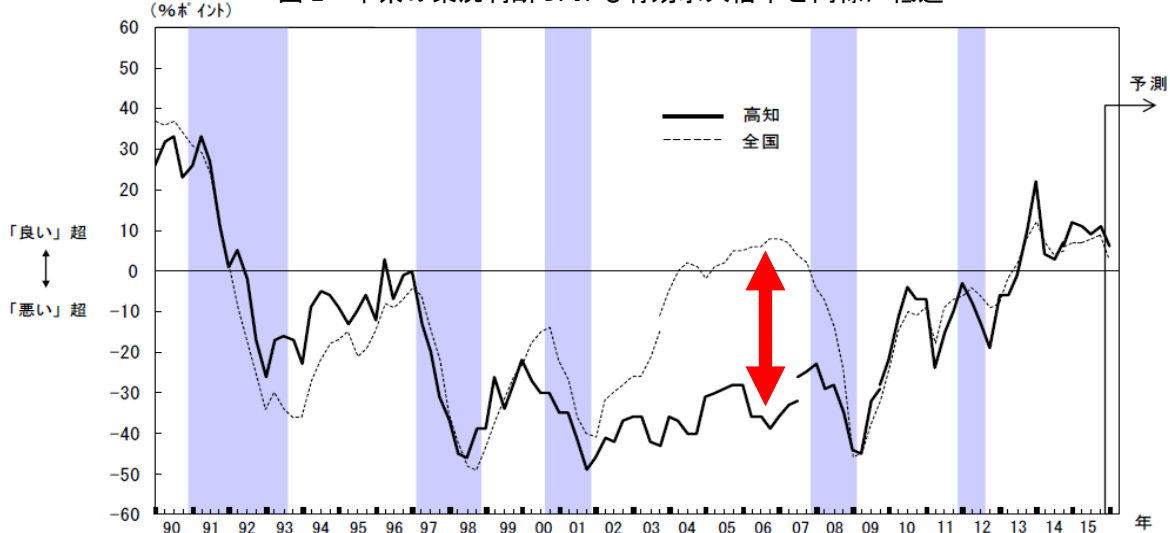
このように、本県では、戦後、人口の社会減による経済の縮小が、さらに人口の社会減を加速させ、それが過疎化と高齢化を同時に招き、特に、出生率の高い中山間地域ほどこうした傾向が顕著になった結果、全国に先行して人口が自然減の状態にも陥り、このことで、より一層経済が縮むという、「人口減少による負のスパイラル」をたどってきました。

図1 平成14年から20年頃にかけて全国平均に大きく引き離される本県の有効求人倍率



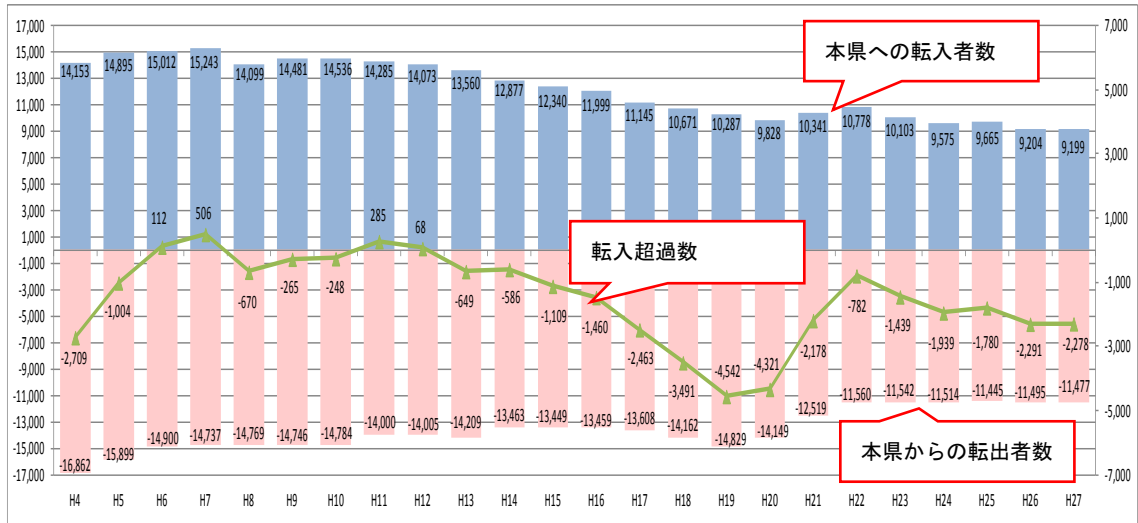
出典：職業安定業務統計

図2 本県の業況判断D.I.も有効求人倍率と同様に低迷



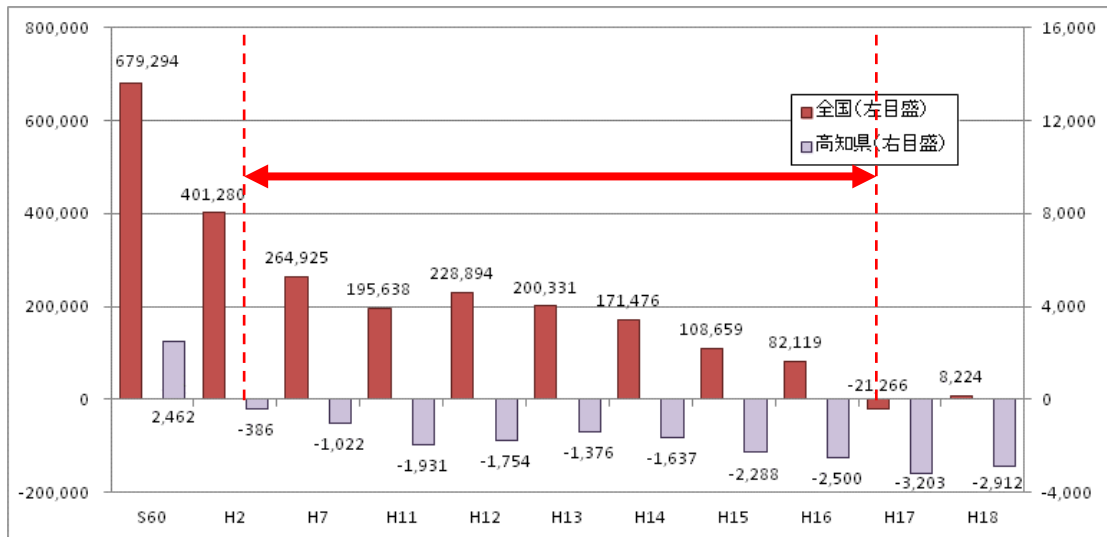
出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」

図3 本県人口の社会減が進行



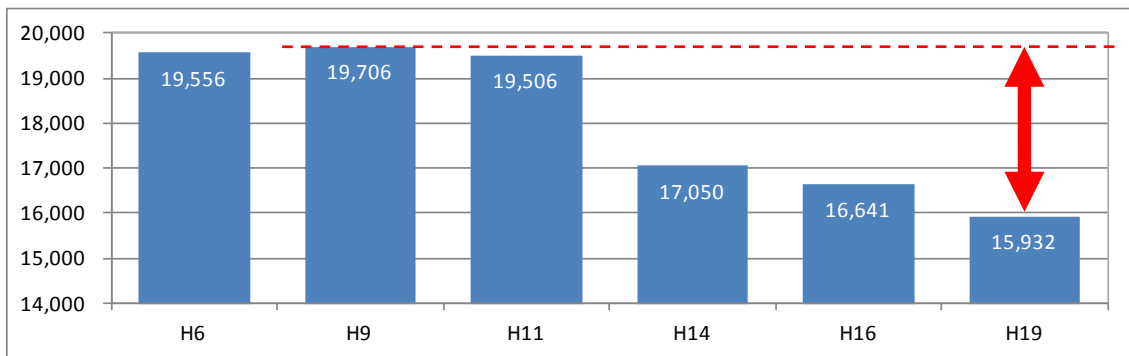
出典：住民基本台帳異動報告

図4 全国に15年先行して進む本県の人口自然減



出典：人口動態調査等

図5 本県の年間商品販売額は平成9年からの10年間で2割減少

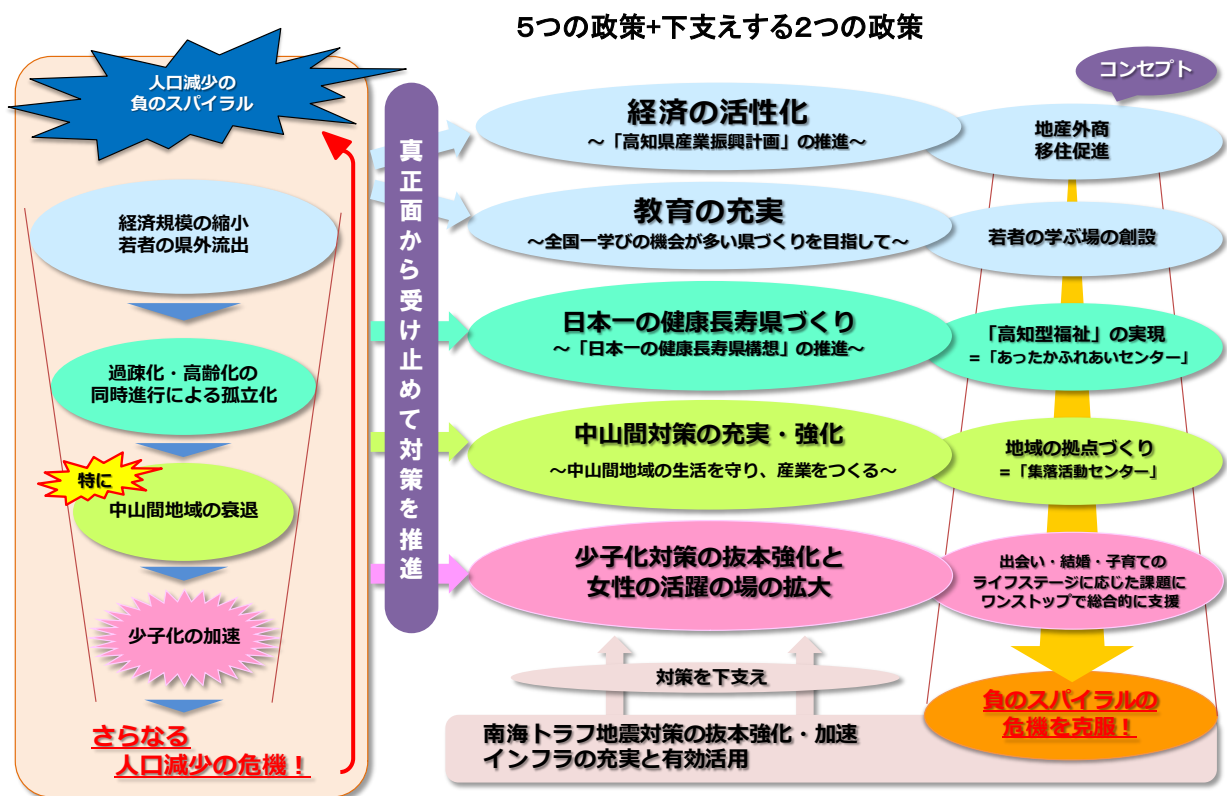


出典：商業統計調査

3 産業振興計画策定の意図(目的)

■負の連鎖を断ち切るために

この人口減少がもたらす負のスパイラル、1つ1つに立ち向かい、これを断ち切るため、「経済の活性化」「教育の充実」「日本一の健康長寿県づくり」「中山間対策の充実・強化」「少子化対策の抜本強化と女性の活躍の場の拡大」の5つの政策と、それらを下支えする「南海トラフ地震対策の抜本強化・加速化」「インフラの充実と有効活用」の2つの政策を総合的に推進しています。



■「経済の活性化」＝「高知県産業振興計画」の推進

このうち、「経済の活性化」では、生産年齢人口の減少に伴い、下降を続けていた本県経済を上昇に転じさせ、県勢浮揚を成し遂げるため、本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図ることが必要でした。

このため、官民が同じ方向に力を合わせて進む旗印ともなる、本県経済の体質強化に向けた

トータルプランとして「高知県産業振興計画」を平成 20 年に策定し、平成 21 年度からスタートしました。

今後も、本県の人口減少が続き、県内市場の規模も減少傾向が続くことが見込まれるため、この計画では、縮小を続ける県内市場頼りではなく、「活力ある県外・海外の市場に高知県産のモノを売ることで、県外・海外からお金を稼いでくる」＝「地産外商(ちさんがいしょう)」を基本戦略として進めています。

■「高知県産業振興計画」による中山間地域の活性化

本県では県土の約 9 割を中山間地域が占め、そこに県民の約 4 割が暮らしています。その中山間地域では、昭和 35 年から平成 22 年の間に、人口が約 4 割減少(図 6)するなど、一段と厳しい状況に置かれています(同時期における県全体の人口減少は約 1 割)。

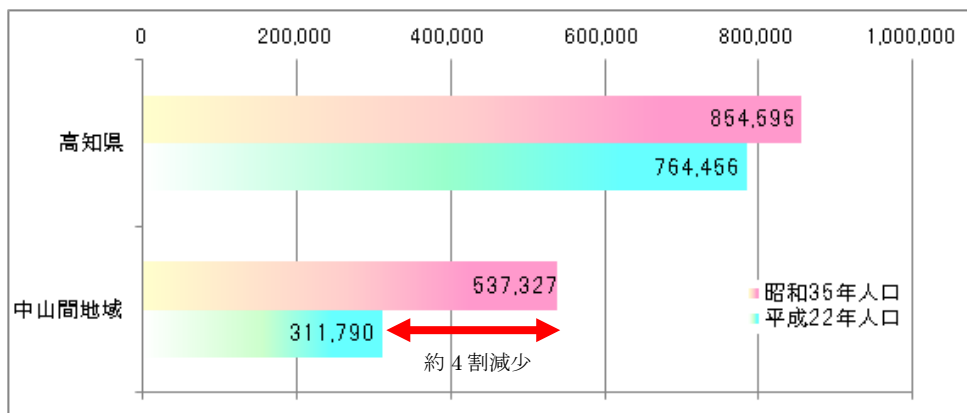
本県の基幹産業である農業や林業などの多くは中山間地域で行われており、観光誘客における高知県の売りである「豊かな自然」の多くは中山間地域に存在し、また、そこから多くの安心安全な食材などが供給されます。

また、産業面のみならず、水源涵養や防災など国土保全の面でも、また日本の原風景であり憩いや癒しの場としても、中山間地域の価値は本県にとって、なくてはならないものです。

中山間地域の振興無くしては本県全体の県勢浮揚はありません。

このため、産業振興計画の様々な施策を総動員して、中山間地域の活性化を図っていきます。

図 6 高知県と中山間地域の人口動態比較



4 産業振興計画の構成等

産業振興計画は、計画全体の基本的な考え方や方向性を示した「総論」と、各産業分野や連携して取り組むテーマの戦略を示した「産業成長戦略」、さらに、県内7つの地域それぞれにおける取り組みを行動計画として取りまとめた「地域アクションプラン」の3つで構成しています。



■ 総論

総論では、より多くの県民の皆様には産業振興の取り組みに参画いただき官民協働で進めていくため、県民の皆様と共有させていただく「目指す将来像」や、「計画全体を貫く目標」、「各分野の数値目標」などを掲げています。 ⇒p.17～p.21 参照

また、目指す将来像を実現するために、SWOT 分析(本県の持つ強みや弱み、機会や脅威を整

理し、「強み」を活かし、「弱み」を逆手に取る視点から取るべき施策を導き出す分析)を行ったうえで、今後本県が目指すべき「改革のための基本方向」と、それに基づいて進める重点取り組みなどを整理しています。

■産業成長戦略

総論で示した「改革のための基本方向」を具体化する戦略として、「専門分野」と「連携テーマ」を設定しています。

専門分野は、農業・林業・水産業・商工業・観光の5つの産業分野で構成しており、これら専門分野間を結ぶ取り組みである連携テーマは、「地産地消・地産外商戦略の展開」「移住促進による地域と経済の活性化」「産学官連携による力強い産業の礎を築く」のほか、第3期計画で抜本強化した拡大再生産策の「担い手の育成・確保」「地域産業クラスターの形成」「起業や新事業展開の促進」の計6つのテーマで構成しています。

それぞれの専門分野等ごとに、その分野の「目指す姿」や数値目標を設定し、その実現に向けた戦略の柱や戦略目標、具体的な取り組みなどを記載しています。

そして、この具体的な取り組みの一つひとつについて、数値目標を設定したうえで、どういう取り組みを、いつ、誰が、どのような形で実施していくのか(5W1H)を記載しています。

■地域アクションプラン

地域の文化や特色といった地域性や、生活圏域、行政サービス面でのまとまりを考慮して、県内7つの地域を設定し、それぞれの地域で進める具体的な取り組みを明らかにしています。その取り組みは、「地域からの発案で提案されるもの」と「産業成長戦略を地域で具体化する取り組みとして提案されるもの」の2つに大別されます。

地域アクションプランは、地域の雇用の創出や所得の向上を目指す取り組みに対して、県が市町村との連携のもとに支援する県の計画ですが、プランの内容は、事業実施主体の行動計画としての性格を有しています。

産業成長戦略の取り組みと同様に、数値目標を設定したうえで、5W1Hを記載しています。

5 産業振興計画の効果的な推進

■官民協働、市町村との連携協調による取り組みを進める

産業振興計画は、計画の策定の段階から実行に至るまで、県民の方々や各産業に携わるの方々、民間の有識者の方々など、数多くの皆様にご参画いただいております。この「官民協働」により進めることを基本としています。

県勢浮揚を成し遂げるためには、さらに多くの皆様に産業振興の取り組みにご参画いただくことが重要です。このため、積極的な広報や、県民の皆様・産業団体の方々との対話を通して、産業振興計画の取り組みや、目指すところを丁寧に説明させていただくことにより、官民協働のさらなる推進を図っていきます。

また、この官民協働を進めていくためにも、県と市町村が現状や課題を共有し、ベクトルを合わせて取り組みを加速していくことが重要です。このため、県と市町村が両輪となって、産業振興にあたっていけるよう、さらなる連携協調を図っていきます。

なお、官民協働による取り組みを進めていくうえで、多くの皆様と成功イメージを共有させていただくことが重要となることから、第2期計画から、「目指す将来像」や「各産業分野の数値目標」などを掲げています。 ⇒[p.17～p.21 参照](#)

■産業分野や段階を横断した川上から川下までのトータルプランとして策定

言うまでもなく、経済活動そのものを行うのは民間の事業者や団体、個人の皆様であり、本県の産業振興を図るうえで、多くの民間の皆様の挑戦が何よりも不可欠です。

一方、本県は、小規模で零細な中小企業が多く、また産業や技術の集積も少ないため、資金や人材、技術など、様々な経営資源が不足し、生産基盤が必ずしも十分とはいえない事業者も多くいらっしゃいます。

事業者の皆様の多様なニーズに応じていく必要があることや、本県は、全国に先駆けて人口減少や少子高齢化が進む、課題先進県であることを考えたときに、ある特定の分野だけに政策を集中させるのでは、県勢浮揚を成し遂げることはできません。

また、産業分野は多岐にわたり、またそれぞれの産業分野の中においても、生産から加工・流通・販売といくつもの段階にわたっています。しかも、経済の実態としては、こうした産業間や各段階が密接に結びついています。

このため、産業振興計画は、従来の行政の計画のような、分野ごとに分断、特化した縦割りの計画ではなく、産業間の連携を重視し、かつ、川上から川下までの多様なニーズに対応できるよう、

生産面だけでなく、ビジネスプランづくりや、商品開発、販路開拓、設備投資、担い手育成など、総合的な仕組みを用意したトータルプランとして策定しています。

県として推進体制を整えてしっかりと政策を実践し、そのうえで、多くの方々が県経済の発展に向けて力を合わせて取り組めるよう、民間や地域の方々の挑戦に対し、県としての公正性・公益性を担保しつつ、人的な側面と財政的な側面の両面で支援を行っていきます。

■PDCA サイクルにより絶えずバージョンアップを図る

どんなに計画を作っても、その計画に基づいて実際に取り組みが行われなければ、絵に描いた餅でしかありません。また、計画は様々な検討を行った上で策定していますが、実際に実行してみると、事前の見込みと違ったり、社会状況が大きく変化し、実態と合わなくなったりすることがしばしば起こります。

このため、産業振興計画では、Plan(計画)→Do(実行)→Check(検証)→Action(改善)というPDCA サイクルを絶えず繰り返すことで、計画の実効性を高めています。

具体的には、個々の取り組みについては、数値目標を設定したうえで、その取り組みの進め方や手順、人的・財政的支援の投入量などが、適切かつ効果的であったかを、四半期ごとに、点検しています。

これに加えて、政策群ごとに、各施策がうまく連携できているか、また連携の太さが十分かという視点から、ある施策で実施したことが、効果的に次の施策に繋がっているのか、一連の施策群の成果がプラスのスパイラルになり次のステージに繋がっているのか、新たな参加者が広がる形になっているのか、一連の取り組みが数値目標及び定性的な目標の達成に繋がっているのか、といった大きな視点での点検・検証も行っています。

さらに、各分野で設定した4年後の目標達成に向けては、毎年度の到達点を定めたうえで、各施策がどこまで進んでいるのか、その道筋は正しいのか、施策の投入量が足りているのか、新しい仕組みは必要ないのか、といった視点での点検・検証を行っています。

こうした様々な角度からの点検・検証を通じて、施策をより実効性の高いものへと適宜改善するとともに、毎年度、計画自体にも改定を加えて、バージョンアップを図っています。

産業振興計画は、こうした考え方により推進していきますが、第3期計画からは、各産業分野における民間の皆様の自律的な発展を促す施策に注力しながら進めることとし、一定軌道に乗ってきた取り組みについては、「官主導型から民主体の官民協働」へと移行し、その分、県としては、より困難なフロントに一層力を注いでいきたいと考えています。

6 産業振興計画の推進体制

■県庁内の推進体制

産業振興計画は、農業、林業、水産業、商工業、観光、そして、地産地消・地産外商や移住促進など、振興を図る分野が多岐にわたりますので、関係する部局や関連する計画との連携を図り、全庁一丸となって推進していく必要があります。

そのための推進組織として、知事を本部長とする「産業振興推進本部」を設置し、計画全体の進捗管理や課題事項の検討・調整などを行っています。

あわせて、この推進本部の下に「関係部長会議」「高知家統一セールスキャンペーン推進本部」「幹事会」「庁内情報共有会議」を設置し、戦略についての重点的な協議や情報の共有などを行っています。

さらに、必要に応じて、「プロジェクトチーム」を設置し、関係するセクションが連携し個別のテーマについて施策の立案などの検討を行っています。

また、地域アクションプランの実行を支援するため、7つの地域に「産業振興推進地域本部」を設置しています。そこには、産業部門の出先機関や地域支援企画員等を統括する責任者（地域産業振興監）を置き、その地域における地域アクションプラン全体の推進を図っています。あわせて、個別の地域アクションプランごとに、関係機関の担当者などで構成する「地域アクションプラン実行支援チーム」を設け、地域アクションプランの実行をきめ細かくサポートしています。

■庁外委員によるフォローアップ体制

官民協働で実行する産業振興計画を、より効果的かつ実行性あるものとするため、産業団体の代表者や学識経験者、市町村長等で構成し、計画全体を受け持つ「産業振興計画フォローアップ委員会」を頂点に、専門分野を受け持つ5つの専門分野ごとの「専門部会」や、産学官連携等の連携テーマを受け持つ「連携テーマ部会」、地域アクションプランを受け持つ県内7つの地域ごとの「地域アクションプランフォローアップ会議」などを設置し、約250名の委員の方々にご参画いただき、計画の進捗状況や評価、検証、修正・追加などに関する検討を行っています。

なお、「産業振興計画フォローアップ委員会」では、平成27年度から、「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」についても、産業振興計画と同様にフォローアップをしています。

第3期高知県産業振興計画フォローアップ体制

外部委員会
【委員数合計 約250名】

産業振興計画フォローアップ委員会

【役割】 計画全体の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討
【メンバー】 各産業分野の団体代表者、学識経験者、市町村の代表者 など

産業成長戦略

専門部会（専門分野ごとに開催）

農業	林業	水産業	商工業	観光
【役割】 各専門分野における進捗状況の検証、評価、修正・追加について検討				
【メンバー】 フォローアップ委員会委員（関係分野）、各分野の活動実践者 など				

連携テーマ部会

取扱いテーマ

- ◆担い手の育成・確保
- ◆起業や新事業展開の促進
- ◆産学官連携による力強い産業の礎を築く

【役割】 産業間の連携戦略の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討
【メンバー】 各専門部会の代表 など

移住推進協議会

取扱いテーマ

- ◆移住促進による地域と経済の活性化

【役割】 移住促進は官民協働で取り組むべき共通テーマという認識のもと、各分野が連携・連動した効果的な戦略の検討、検証
【メンバー】 移住に関連する業界、団体、有識者 など

地域アクションプラン

地域アクションプラン フォローアップ会議

【役割】 地域アクションプランの進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる協議
【メンバー】 市町村長、関係団体の長、住民代表 など

地域本部（地域ごとに設置）

安芸	物部川	高知市	嶺北
仁淀川	高幡	幡多	

【役割】 地域アクションプランの進捗管理、総合補助金の総括、アドバイザー派遣等の企画・実施、新たな取組の発掘 など
【メンバー】 地域産業振興監、関係出先機関長、商工労働部主管課長・観光振興部地域観光課課長補佐、地域支援企画員（総括） など

地域アクションプラン実行支援チーム

【役割】 個別のプランごとのサポート など
【メンバー】 地域本部構成機関の職員、地域支援企画員 など

産業振興推進本部

本部会議

【役割】 計画全体の進捗管理、課題事項の検討・調整 など
【メンバー】 知事、副知事、関係部長、地域産業振興監 など

関係部長会議

【役割】 産業成長戦略に関する重点協議
【メンバー】 知事、副知事、関係部長 など

幹事会

【役割】 推進本部の活動の補佐
【メンバー】 産業振興推進部副部長、関係部主管課長など

高知家統一セールスキャンペーン推進本部

【役割】 外商活動戦略の効果的・効率的な展開
【メンバー】 産業振興推進部長、関係部副部長 など

庁内情報共有会議

【役割】 計画にかかる情報共有
【メンバー】 地域産業振興監、関係部主管課長 など

県庁内部

7 これまでの取り組みの成果と課題

■第1期計画における取り組みの成果と課題

平成21年4月にスタートした第1期計画では、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ(資本・産業集積の乏しさ)」、「強みである第1次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、次の3つの「改革のための基本方向」のもと、取り組みを進めました。

改革のための基本方向① 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る

② 産業間連携の強化

③ 足腰を強め、新分野へ挑戦

資本の蓄積や産業の集積が乏しく、財政状況も厳しい本県において、当初は100年に1度の不況と言われたリーマンショックの影響など、かつてない極めて厳しい経済情勢の中での挑戦となりました。また、その後も、東日本大震災の発生や未曾有の円高などにより、計画で推進する外商活動や観光誘客、地域アクションプランなどの取り組みに、様々な影響を受けました。

その一方で、国への積極的な政策提言などが功を奏し生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことや、国の雇用対策事業が活用できたこと、加えてNHK大河ドラマ「龍馬伝」放送による龍馬ブーム再燃などが、計画推進の大きな後押しとなりました。

こうした逆風や追い風のある中での挑戦となりましたが、第1期計画全体を見ると、本県産業の振興に向けて積年の課題に立ち向かうための仕組みが整い、県内各地で官民一体となった新たな事業が数多く動き出したところであり、県勢浮揚への挑戦の第一歩としては、一定の成果を残せたと見る事ができるものと考えています。

具体的には、「地産外商」の推進母体となる一般財団法人高知県地産外商公社を平成21年8月に設立し、首都圏の外商拠点となる「まるごと高知」を平成22年8月にオープン。県と地産外商公社の外商支援によって、外商の成約件数は平成21年度の178件(うち定番採用77件)から、平成22年度は444件(同264件)、平成23年度は1,327件(同611件)と、大きく伸びました。

観光分野では、「土佐・龍馬であい博」を産業振興計画のリーディングプロジェクトとし、官民一体で取り組んできた結果、平成22年の県外観光客入込数は435万人、観光総消費額は1,010億円と、現在の統計方法となった平成15年以降で最高となりました。

また、大きな反動減が心配された翌年も、「志国高知 龍馬ふるさと博」などの対策が功を奏し、県外観光客入込数388万人と、歴代2位という高い水準を維持できました。他にも、ものづくり地

産地消センターを平成 23 年度に設置したこと、四国内でも有数の規模となる大型製材工場の誘致が決定するなど、各分野で取り組みの進展が見られました。

また、地域アクションプランの取り組みや、平成 22 年度からスタートした本県独自の人材育成事業「目指せ！弥太郎 商人塾」などによって、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がったことは、今後に向けて大きな力になるものと期待されます。

これら様々な成果もあり、県経済全体としても、これまで全国に引き離されていた有効求人倍率や業況判断 D.I.が、この間においては全国と同様に上昇に転じるなど、良い兆しが見え始めました。

一方で、県民の皆様が県勢浮揚を実感していただけるまでの成果には至っておらず、より一層の取り組みの充実が必要でした。

⇒ 第1期計画のより詳細な総括は [p.56～p.72](#)を参照

■第2期計画における取り組みの成果と課題

平成 24 年4月からスタートした第2期計画においては、より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指して、さらなる挑戦を続けていくため、次の3つの視点をもって計画を進化させました。

第1の視点

「これまでの取り組みを定着、さらに成長・発展させて、より大きな産業を目指す」

産業振興の取り組みの経済効果をより大きなものにできるよう、地産外商の推進や観光の振興、県内産業の投資の誘発などによって、動き出した数々の事業を定着、さらに成長、発展させて、より大きな動き、大きな産業を目指します。

第2の視点

「将来に大きな可能性を秘めている分野に挑戦し、新たな産業集積の形成を目指す」

本県産業が長期にわたって成長、発展し続ける礎を築いていくことができるよう、企業誘致や県内産業の投資の誘発を進めるとともに、防災や新エネルギーなど、将来に大きな可能性を秘めている分野に思い切って挑戦し、新たな産業集積の形成を目指します。

第3の視点

「産業振興の取り組みをより地域地域に広げる」

地域アクションプランのさらなる推進や、中山間対策や移住促進策の抜本強化などによって、より多くの県民の皆様が産業振興の取り組みに参画いただき、地域の潜在力を引き出し、その経済効果を地域地域に広げていきます。

あわせて、計画全体の見直しを行い、これまでの3つの「改革のための基本方向」に、新たに「新たな産業づくりに挑戦する」「産業人材を育成・確保する」の2つを加え、さらに、平成25年度の第2期計画 ver.2からは、「移住促進により、活力を高める」を加えて、6つの基本方向により、取り組みを進めました。

その結果、県と地産外商公社の外商支援による成約件数は平成27年度には6,555件と、平成21年度の約37倍に、また、ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による受注金額は平成27年度には40.8億円と、平成24年度の約16倍となるなど、飛躍的に拡大してきました。

さらに、観光振興では、県外観光客入込数が平成25年・26年・27年と3年連続で400万人を超え、400万人が定着してきました。

こうした取り組みを通じて、県が定量的に把握できるものだけでも6,000人を超える雇用が生まれていますし、それ以外にも、観光振興や地産外商の拡大による雇用創出効果も見込まれます。また、長年にわたって、生産年齢人口の減少に連動する形で減少傾向にあった各分野の産出額等は、平成23年前後をターニングポイントとして、上昇傾向に転じるとともに、長らく0.5倍程度であった有効求人倍率も、平成27年に1倍を超え、平成28年3月には過去最高の1.06倍に達するなど、経済全体としてもよい方向に向かっているものと見られました。

しかしながら、正社員の有効求人倍率は、過去最高とはいえ、いまだ0.6倍程度にとどまっており、地域間や職種間の求人の格差も大きいなどの課題がありました。

また、産出額などが上昇に転じたものの力強さが欠ける分野や、地産外商の成果が拡大再生産に十分につながっていない分野も見受けられました。

さらに、本県の人口の社会減は、過去の景気回復局面に比して2分の1程度に縮小しているものの、いまだ人口減少の負のスパイラルは続いており、地域に残りたいと願う若者の希望を十分にかねえる状況には至っていません。

このため、真の県政浮揚を目指して、これまでの2期、7年間の取り組みの土台の上に立って、飛躍への挑戦を新たなステージへと引き上げる必要でした。

⇒ 第2期計画のより詳細な総括は p.94～p.121 を参照

Ⅱ 第3期計画の推進

1 第3期計画の戦略の方向性

■「地産外商」の取り組みをさらに強化し、その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環につなげることを目指す

県勢浮揚を成し遂げるためには、これまでの産業振興計画の取り組みを通じて、拡大してきた「地産外商」を、さらにより確実に「拡大再生産」につなげられるかがポイントとなります。

このため、第3期計画では、「地産外商」の取り組みをさらなる「地産」の強化に向かわせ、それがさらに「外商」の拡大につながるという「拡大再生産」の力強い好循環を作り出すことを目指します。

特に、この力強い「拡大再生産」に向けて、次の3つのポイントで施策を抜本強化します。

<ポイント①>担い手の育成・確保（時間軸的な拡大再生産を目指す取り組み）

各産業分野の担い手不足がさらに深刻化している状況を踏まえ、移住施策とも連動し、後継者や担い手の育成・確保対策に一層取り組む。

<ポイント②>地域産業クラスターの形成（量的な拡大再生産を目指す取り組み）

地域において持続的な雇用とより大きな経済波及効果を創出するため、企業立地を含めた関連施策を効果的に組み合わせ、地域地域に「第一次産業や観光等、地域に根差した産業を核としたクラスター」（地域産業クラスター）を意図的に生み出す。

<ポイント③>起業や新事業展開の促進（質的な拡大再生産を目指す取り組み）

地域の持続的な発展をもたらすためには、継続的に新たな挑戦が行われる環境を醸成していくことが重要であるため、起業や新事業展開の促進を図る。

この拡大再生産に向けた3つのポイントに全力で取り組むことにより、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を創出し、若者が地域地域で働き続けられる土壌を作っていくことを目指していきます。

あわせて、生産年齢人口の継続的な減少や雇用情勢の改善による失業率の低下などによって、各産業分野の担い手不足が大きな課題となっていることから、その影響を和らげるため、「生産性の向上」と「人材の定着」に向けた取り組みも進めていきます。

2 第3期計画で掲げる目標

①産業振興計画の推進によって目指す将来像(成功イメージ)

『地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける「高知県」』

より多くの県民の皆様には産業振興の取り組みに参画いただき、官民協働で進めていくために、第2期計画より目指す将来像として掲げている「地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける「高知県」」の実現に向け、引き続き、官民協働、市町村との連携協調により、全力で取り組みます。

なお、この将来像には、「人口減少による県内経済の縮みという本県が抱える積年の課題への対応策として、第一次産業から第三次産業までの『地産』を強化し、県外や海外市場に向けた『外商』に取り組むことで、県内の産業を持続させたい、地域地域に魅力ある働く場を創出したい」、このことにより「次代を担う若者が、地域地域で誇りと志を持ち、産業の新たな担い手となって活力が保たれる高知県にしていきたい」という思いが込められています。

②計画全体を貫く目標

産業振興計画の取り組みの効果を測るため、「人口の社会増減」「雇用創出数」「県際間の収支」の3つの指標それぞれについて4年後・6年後・10年後(注1)の目標を設定し、到達状況を検証していきます。

《目標1》 4年後に人口の社会増減(転入数と転出数の差による増減)をゼロにする
＜H21～H27の社会増減(H22を除く平均) ▲1,966人＞
⇒6年後・10年後 社会増減のプラスを定着させる

《目標2》 若者が誇りと志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる

4年間で4,000人の雇用(定量的に把握できるもの)を創出する

(+定量的に把握できないものの観光振興や地産外商の拡大による雇用創出が見込まれる)

＜第1期、第2期計画期間における雇用創出 6,139人＞

⇒6年後 雇用創出 6,000人

⇒10年後 雇用創出 10,000人 ※いずれも平成28年度からの累計

《目標3》 県際間の収支を改善する

産業振興計画の取り組みによる4年後の移輸出額の増加効果をプラス700億円にする

＜平成23年の移輸出額 6,743億円、県際収支 ▲6,528億円＞

⇒6年後 プラス1,000億円

⇒10年後 プラス1,600億円 ※いずれも産業連関表を用いた推計値

この3つの目標に加えて、県民経済計算による「県民所得」についても、結果の公表が2年遅れであることや、外部要因の影響を大きく受けることから、目標として掲げませんが、産業振興計画の推進によって着実な伸びを目指していきます。

その他、「現金給与総額」「日銀短観の業況判断D. I.」「日銀短観の設備投資計画」「有効求人倍率」「県内総生産」などの指標についても、全国との比較や経年の変化を見ていくことで、計画の効果を検証し、施策等の改善につなげていきます。

注1)「4年後目標」は第3期計画の終期(平成31年度)における達成目標、「6年後目標」は第2期計画で設定した10年後目標(平成33年度)の検証、「10年後目標(平成37年度)」は第3期計画における中長期的な視点としての目標として、それぞれ設定

この「目指す将来像」や「計画全体を貫く目標」の実現に向けて、各分野においても、これに連なる「4年後・6年後・10年後の目標」「分野の目指す姿」を掲げて取り組めますが、その際、特に、次のことを意識して各施策を進めていきます。

◎学びの段階から事業化までの多様なサポートにより、実践者のチャレンジを応援する

様々なチャレンジを応援するため、各分野において、多様な支援メニューを取り揃え、個々のニーズにあったメニューを選択できる環境をより充実させ、「全国一学びの機会が多い県」、また、「全国一サポート体制が整った県」となることを目指していきます。

③各分野における目標

「計画全体を貫く目標」と同様に、各分野の目標においても、「4年後」「6年後」「10年後」の目標を設定し、到達状況を検証していきます。

なお、掲げた数値目標は、官民が共有して、何としても成し遂げると強い思いを持ち、取り組もうとするものですが、世界経済や社会情勢などの環境に大きな変化があり、目標の前提が大きく変わった場合は、柔軟に対応することが必要だと考えられます。

国全体の人口が減少し、国内市場がますます縮む中で、現状を維持すること自体、簡単なことではありません。まして、増加を目指すことは大変困難なことだと考えています。

しかし、第1期・第2期計画の取り組みを通じて、生産年齢人口が減少する中であっても、各分野の産出額等が増加傾向に転じ、成長軌道に乗ってくるという形で、一定、局面が変わってきました

た。多くの皆様と「やればできる」という思いを共有させていただき、第3期計画に掲げた目標の達成に向け、官民一丸となって挑戦を続けます。

産業振興計画の取り組みを検証するための数値目標

目指す将来像

地産外商が進み、地域地域で若者が誇

目指す将来像の

戦略

地産外商をさらに強化し、その流れをより力強

若者の県外流出を防止する、
県外からの流入を促進する

若者が志を持って打ち
魅惑ある仕事をつ

NEW!

目標年次の意味

- ◆4年後目標
第3期計画の終期における達成目標
- ◆6年後目標
第2期計画で設定した10年目標の検証
- ◆10年後目標
第3期計画における中長期的な視点の目標(かくありたい数字)

計画全体を貫く目標 ①

総合戦略に掲げた目標(2040年に年間1,000人の社会増)の達成に向けて、

■4年後に人口の社会増減(転入数と転出数の差による増減)をゼロにする

※H21~H27の社会増減(H22を除く平均) ▲1,966人

6年後、10年後:
社会増減のプラスを定着させる

計画全体を貫く目標 ②

■4年間で4,000人の雇用(できるもの)を創出する

〔+ 定量的に把握できないものの創出
地産外商の拡大による雇用創出〕

※第1期・第2期計画期間における雇用創出6,139人(定量的)

6年間:雇用創出
10年間:雇用創出1
※いずれもH28からの身

◎全国一学びの機会が多い県を目指す

学びの段階から事業化まで実践者のチャレ

	農業分野	林業分野	水産業分野
分野の目指す姿	地域で暮らし稼げる農業	山で若者が働く、全国有数の国産材産地	若者が住んで稼げる元気な漁村
目標項目	農業産出額等 NEW! 農業生産量 ※野菜主要11品目	原木生産量 木材・木製品 製造業出荷額等	漁業生産額 ※サンゴ除く 水産加工 出荷額
10年後(H37)	1,150億円以上 13.3万t以上	90万㎡以上 256億円以上	490億円以上 220億円以上
6年後(H33)	1,090億円以上 12.2万t以上	81万㎡以上 232億円以上	476億円以上 203億円以上
4年後(H31)	1,060億円以上 11.6万t以上	78万㎡以上 220億円以上	460億円以上 200億円以上
現状	1,018億円(H27) 9.0万t(H27)	59.2万㎡(H27) 204億円(H26)	445億円(H26) 175億円(H26)
2期計画発射台	933億円(H22) -	40.4万㎡(H22) 150億円(H22)	- 160億円(H21)

注)

の数値目標

域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県

目指す将来像の実現！

その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環へ！

若者が志を持って打ち込める
魅力ある仕事をつくる

計画全体を貫く目標 ②

6年間で4,000人の雇用（定量的に把握できるもの）を創出する

定量的に把握できないものの観光振興や
産外商の拡大による雇用創出が見込まれる

※第1期・第2期計画期間における
雇用創出6,139人（定量的に把握できるもの）

6年間：雇用創出 6,000人

10年間：雇用創出10,000人

※いずれもH28からの累計

県際間の収支を改善する

計画全体を貫く目標 ③

■産業振興計画の取り組みによる4年後の
移輸出額の増加効果をプラス700億円にする

※H23年 移輸出額 6,743億円
県際収支（移輸出額－移輸入額）△6,528億円

6年後：プラス1,000億円

10年後：プラス1,600億円

※いずれも産業連関表を用いた推計値

県民所得の向上

県民所得については、結果の公表が2年遅れであること、外部要因の影響を大きく受けることから、目標として掲げませんが、計画の推進によって着実な伸びを目指します。

段階から事業化までの多様なサポートにより、
実践者のチャレンジを応援する

◎全国一サポート体制が整った県を目指す

水産業分野		商工業分野		観光分野		地産地消・地産外商戦略（食品分野）		移住促進	
住んで稼げる元気な漁		拡大再生産による雇用拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業		世界に通用する「本物と出会う高知観光」の実現		・素材を生かした加工立県 ・県産品が全国ブランドに		移住者と一緒に創る元気な地域	
生産額（サンゴ除く）	水産加工出荷額	製造品出荷額等		県外観光客入込数	観光総消費額	食料品製造業出荷額等		県外からの年間移住者	
1,000億円以上	220億円以上	7,000億円以上		470万人以上	1,410億円以上	1,085億円以上		3期計画の取組による成果を踏まえて設定	
1,000億円以上	203億円以上	6,400億円以上		450万人以上	1,300億円以上	1,035億円以上		1,000組以上	
1,000億円以上	200億円以上	6,000億円以上		435万人以上	1,230億円以上	1,000億円以上		518組（H27）	
1,000億円（H26）	175億円（H26）	5,260億円（H26）		424万人（H28）	1,089億円（H27）	892億円（H26）		120組（H23）	
1,000億円	160億円（H21）	4,681億円（H22）		388万人（H23）	953億円（H23）	861億円（H22）			

注）・農業分野の「農業生産量」の目標は、野菜（主要11品目）のほか、果樹（主要2品目）、花き（主要3品目）、畜産（あかうし飼養頭数）を設定していません
・水産業分野の目標は、第2期計画では「沿岸漁業生産額」でしたが、第3期計画では「漁業生産額（サンゴ除く）」に変更しています
・地産地消・地産外商戦略（食品分野）の目標である「食料品製造業出荷額等」は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額の合算としています

3 本県産業の内的要因・外的要因(SWOT分析)

本県の厳しい経済の状況を抜本的に変えていくためには、まずは本県の強みとするところを今一度見つめ直し、弱みを洗い直したうえで、強みの持つ潜在力を活かして、弱みを補いながら、さらに伸ばせるところ、可能性のあるところに資源を集中していく必要があります。

計画の実行によって得られた成果や残された課題、本県を取り巻く社会経済情勢の変化などを踏まえて、改めて本県の強み(S)・弱み(W)・機会(O)・脅威(T)の4要因による分析(SWOT分析)を行い、第3期計画に反映しました。

(1) 本県の強み

- ・【食】全国トップレベルの食、多様な一次産品
- ・【自然と歴史】日本一の森林率、多様で豊富な自然、多くの偉人を輩出
- ・【人・技術力】明るい県民性、独自の技術力を持つ地場企業、これまで築き上げてきた県外や海外とのつながり、志ある実践者の増加、過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術

■食：全国トップレベルの食、多様な一次産品

本県は、温暖な気候や全国トップクラスの年間日照時間³と年間降水量³からもたらされる多様な農畜産物や水産物に恵まれており、「地元ならではのおいしい食べ物が多い都道府県ランキング」で全国トップクラスという評価を得ています。

- ・土地生産性(耕地面積1haあたりの農業産出額)
全国第6位⁴
- ・全国シェアトップクラスの農作物(表1)
- ・環境保全型農業の先進的取り組み
- ・大手旅行情報誌の宿泊旅行アンケート調査⁵
『地元ならではのおいしい食べ物が多かった都道府県』
高知県 平成20、21年 全国第2位
平成22、23、24、26、27年 全国第1位

表1 高知県の主要品目の全国における位置づけ

品目名	出荷量	全国シェア	全国順位
ナス	36,500t	15.4%	1位
キュウリ	22,900t	4.9%	7位
ピーマン (シントウを含む)	12,100t	9.9%	3位
シントウ	2,780t	44.5%	1位
ミョウガ	4,899t	87.1%	1位
ニラ	14,900t	26.8%	1位
オクラ	1,733t	15.6%	2位
ショウガ	17,400t	44.5%	1位
ユズ	10,138t	51.8%	1位
ブタン	9,547t	93.5%	1位
日向夏(小夏)	1,677t	29.4%	2位
ユリ	1630万本	11.7%	2位

野菜・花き：平成27年産（ミョウガ、オクラは平成26年産）
果樹：平成25年産

³ 社会生活統計指標－統計でみる都道府県のすがた 2016－（総務省）

⁴ 同上

⁵ じゃらん宿泊旅行調査 2008、同 2009、同 2010、同 2011、同 2012、同 2014、同 2015（株式会社リクルートライフスタイル）

■自然と歴史：日本一の森林率、多様で豊富な自然、多くの偉人を輩出

本県は、全国的な知名度を有する自然に恵まれ、環境保全の取り組みも全国に先駆けて進めています。

- ・四万十川：『もっとも自然が残っていると考える日本の川』13年連続第1位⁶
- ・仁淀川：『平均水質(BOD値)が最も良好な河川』に直近4年連続第1位⁷
- ・全国トップクラスの年間日照時間(平成25年 全国第3位(2,373時間))、年間降水量(平成25年 全国第5位(2,327mm))
- ・森林資源：森林面積が県土の面積の83.3パーセント(平成26年)(森林率全国第1位)
- ・環境のトップ・プランナー：
全国に先駆けた森林環境税の導入や環境先進企業との協働の森づくり事業などの取り組みを通じた森林の整備、カーボン・オフセットなどCO₂削減の仕組みづくり
- ・室戸ジオパーク：世界ジオパークネットワークへの加盟(平成27年9月再認定)

また、本県には全国の人々を魅了する歴史もあります。

- ・明治維新：『幕末の偉人で最も会ってみたい人』第1位⁸ 坂本龍馬 (47.2%)
『一緒に旅してみたい歴史上の人物』第1位⁹ 坂本龍馬
- ・四国八十八箇所霊場と遍路道(平成27年4月日本遺産(文化庁)に認定)
- ・高知城、坂本龍馬記念館など、10を超える歴史観光スポット。(新たに「高知城歴史博物館」がオープン(平成29年3月))

■人・技術力：明るい県民性、独自の技術力を持つ地場企業、これまで築き上げてきた県外や海外とのつながり、志ある実践者の増加、過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術

高知県は、「おいしい食」や「豊かな自然」など、たくさんの魅力がありますが、一番の魅力は「高知県人の家族のような温かさ」です。

- ・「高知の人は、明るくて元気だと思いますか」というアンケートに、大いに、やや・ある程度そうだと答えた人：73.8% (平成25年土佐経済同友会アンケート)

こうした高知県の魅力を「高知家」プロモーションを通して、全国に向けて発信しています。

- ・都市部住民5,000人に対して行った平成27年度のアンケート調査(平成27年9月)では、高知県への愛着度・好感度は56.7%、行きたい度は53.5%、住みたい度は16.7%、5年以内に高知県に来たことがある方になると、愛着度・好感度は84.4%、行きたい度は79.4%、住みたい度は35.2%へ上昇

また、高知県人は、よさこい祭りに代表される活力も合わせ持っています。

- ・よさこい鳴子踊り：国内では全国42都道府県、204の祭りで演舞される
海外では17カ国、19チームが活動中

また、多くの著名な漫画家を輩出していることでも知られ、高知にはまんが文化を育む土壤があると言えます。

⁶水にかかわる生活意識調査 1997～2009年(ミツカン水の文化センター)

⁷全国1級河川平均水質ランキング 平成24～27年度(国土交通省)

⁸県アンケート調査 2017年2月調査

⁹情報検索サイト「goo」2011年7月調査

・「まんが甲子園」：毎年8月、全国の高校生を対象に本県で開催

・まんがやキャラクターをテーマとした施設¹⁰

製造業の分野では、伝統的な技術の応用や先進的な技術の開発などにより独自の分野を切り拓いた機械工業や紙産業にみられるように、先見性・創造力ある優れた人材や先進的な技術力を有しています。

・ニッチな分野¹¹で全国的、世界的シェアを誇るキラリと光る地場企業の技術¹²

(高知では18の日本一)

また、たびたび本県を襲ってきた台風や地震など、過去の自然災害の経験や教訓により培った防災に関する知識や技術があります。さらに、地産外商や観光をはじめとする産業振興の取り組みを通して、志のある実践者が増加するとともに、県外や海外とのつながりが築き上げられ、本県の強みが増しています。

このように、本県にはおいしい食、豊富な自然や歴史資源、優れた人材や技術力があります。しかしながら、本県産業をさらに力強いものにしていくためには、こうした「食」「自然と歴史」「人・技術力」の強みをより一層活かしていく必要があります。

(2) 本県の弱み

- ・【人口問題】 少子化・高齢化の加速、県内経済規模の縮小、担い手の不足、若者の流出、中山間地域の衰退
- ・【地理的ハンディ】 大消費地から遠距離、県内各地に観光スポットが点在
- ・【経済体質】 小規模・零細事業者が多い、製造業分野での産業集積度が低い、食料品出荷額が少ない、休廃業・解散の増加

■人口問題：少子化・高齢化の加速、県内経済規模の縮小、担い手の不足、若者の流出、中山間地域の衰退

本県では、人口が全国に15年先行して自然減(図7)となり、高齢化率(図8)の上昇でも10年先行しています。

また、中山間地域を中心に総人口そのものも減少が続いており、必然的に県内市場は縮小を続けています。

2040年までの県人口の将来推計(図9)では、若者や働き盛りの世代を中心に全体の約30%

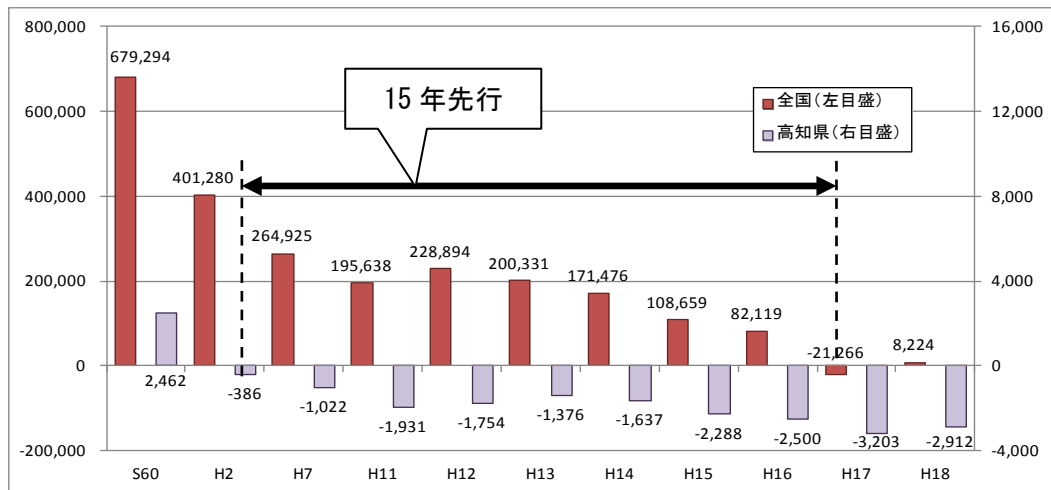
¹⁰ 高知市の「横山龍一記念まんが館」、香美市の「やなせたかし記念館・アンパンマンミュージアム」等

¹¹ ニッチとは「隙間」の意味で、大企業がターゲットとしないような小さな市場や、潜在的にはニーズがあるが、まだビジネスの対象として考えられていないような分野

¹² 四国経済産業局「四国が一番 四国が誇る日本一・世界一(平成16年度版)」生産シェア等が日本一・世界一である製品

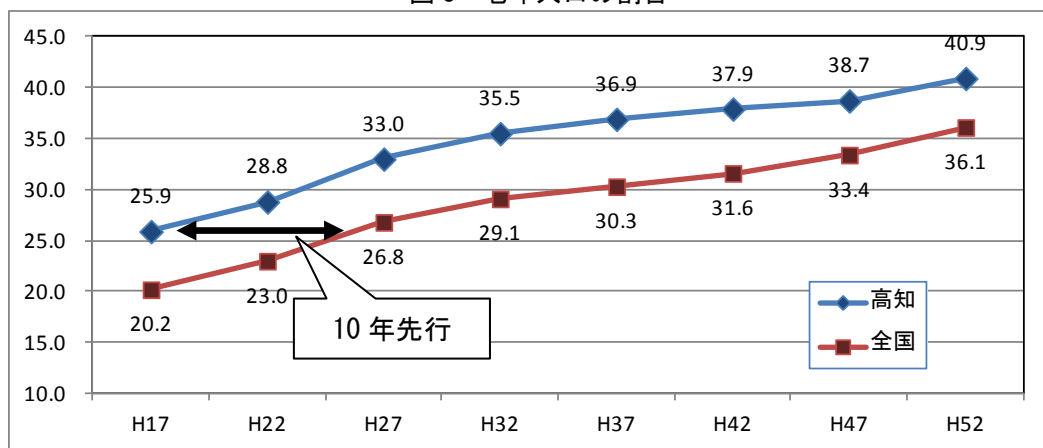
にあたる、およそ 23 万人の人口が減少すると見込まれる一方で、今後も相対的な高齢者の割合はますます高くなります。

図 7 人口自然増減数



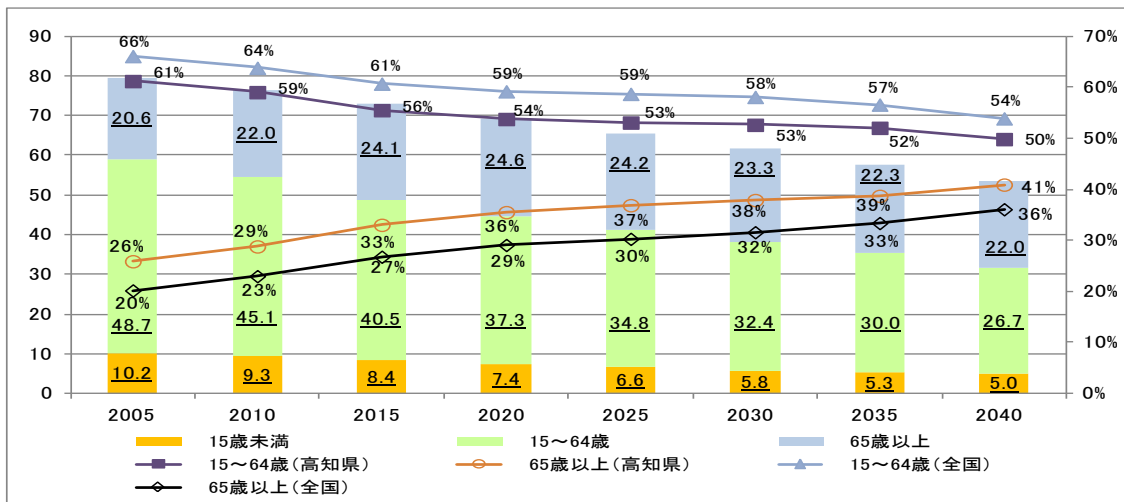
出典：人口動態調査（厚生労働省）、人口移動調査（高知県）

図 8 老年人口の割合



出典：国勢調査（総務省）（H17, 22）、日本の地域別将来推計人口（H25. 3）（国立社会保障・人口問題研究所）

(万人) 図 9 高知県の将来人口推計



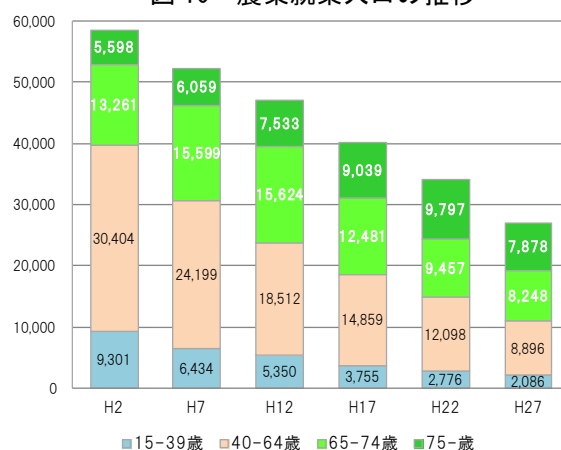
出典：国勢調査（総務省）（H17, 22）、日本の地域別将来推計人口（H25. 3）（国立社会保障・人口問題研究所）

こうした少子化・高齢化の進行による影響は様々なところに及んでおり、例えば実際に県内の年間商品販売額(p.4 図 5 参照)は、平成9年に2兆円程あったものが平成 19 年には1兆6千億円程に減り、この 10 年間で20%も減っています。将来の人口推計に照らせば、県内市場は、今後も縮小を続けていくことが予想されます。

本県の強みとなっている食や自然の豊かさは、本県の基幹産業である第一次産業によって支えられていますが、就業人口の減少や高齢化が進んでいることが問題となっています。

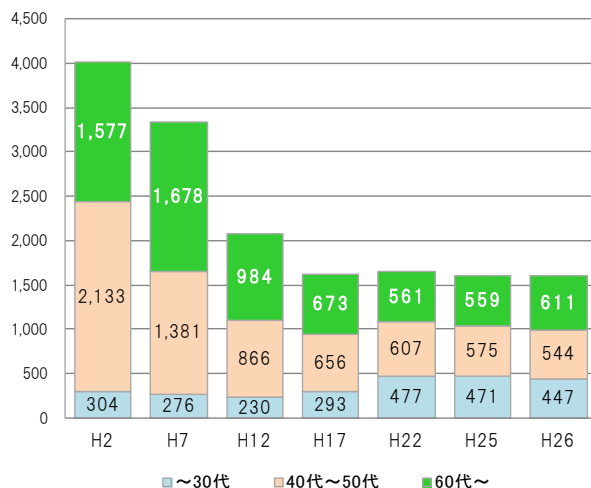
産業振興計画の取り組みにより、第一次産業の新たな担い手の確保につながるといった成果も一定表れていますが、依然として 生産年齢人口の減少や 若者の県外流出が続き、これに 雇用情勢の改善による失業率の低下が加わって、第一次産業だけでなく、第二次産業、第三次産業においても、担い手不足がより深刻になっています。

図 10 農業就業人口の推移



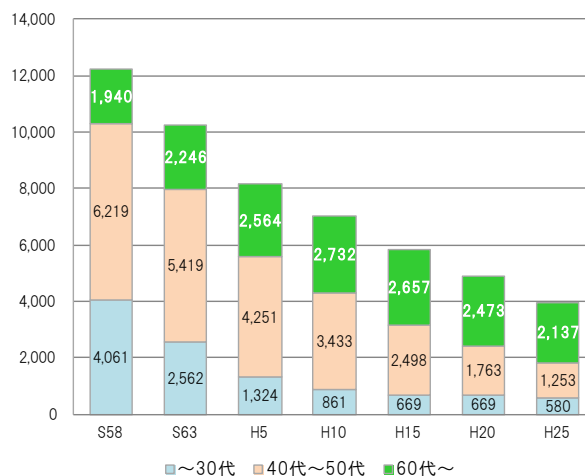
出典：農林業センサス

図 11 林業就業者数の推移



出典：県林業振興・環境部林業労働力調査

図 12 漁業就業者数の推移



出典：漁業センサス

■地理的ハンディ：大消費地から遠距離、県内各地に観光スポットが点在

本県は、東京や大阪など人口が集中する大消費地から遠いうえに、中山間地域が県土の約 9 割を占め、大規模に生産できる平野が少ないという地理的、地形的なハンディキャップがあります。このため、大消費地への物流コストがかさむことや生産規模が小さいためにロットが揃いにくいという弱点があります。

加えて、県内の道路や公共交通網の整備が十分でなく、県内各地に点在している景勝地や観光施設、体験スポットなどを効率よく巡ることが難しいといった点で課題があります。

■**経済体質**：小規模・零細事業者が多い、製造業分野での産業集積度が低い、食料品出荷額が少ない、休廃業・解散の増加

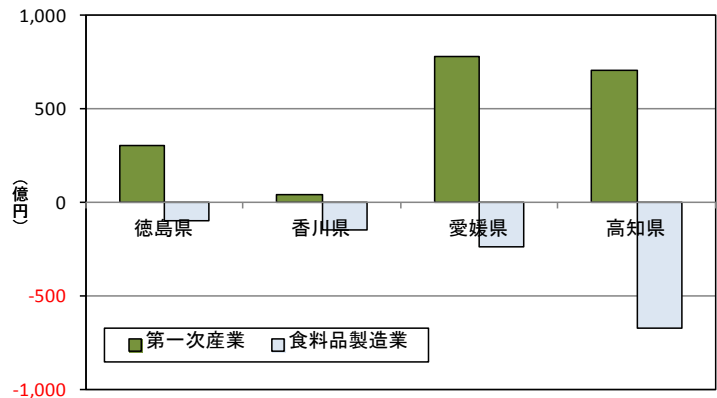
また、本県は、食品加工産業の集積に乏しく、その多くは小規模であることから、第一次産業の強みを生かした食品加工への展開、食品周辺の産業への波及が弱く、一部の工程をわざわざ県外で加工せざるを得ないなど、機会損失も生じています。また、機械系のものづくりの分野ではニッチな分野で活躍している企業はあるものの、基幹的な産業の集積、技術の集積が弱く、特に製造業の層の厚みに乏しいのが現状です。

その結果、第一次産業に関連が深く、その強みを最も活かせると考えられる食料品製造業の分野における県際収支(図 13)が、大幅な移輸入超過(赤字)となっています。

さらには、県際収支全体(図 14)を見てみますと、本県は約 6,500億円の移輸入超過となっております。縮小した県内市場において、県外資本に大きく食い込まれている状況です。

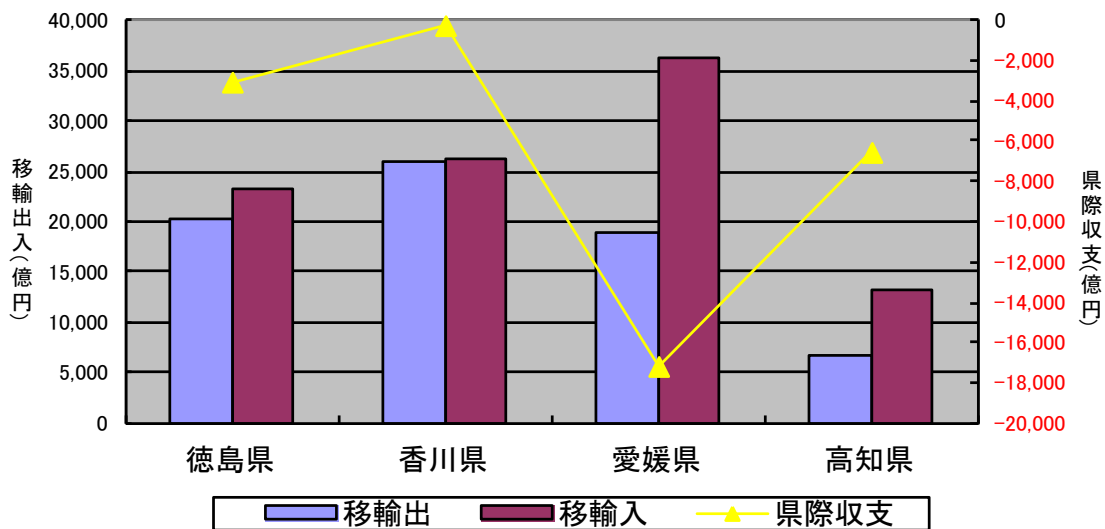
また、休廃業・解散の件数は増加傾向にあり、このままでは多くの働く場が失われてしまいます。

図 13 四国 4 県の県際収支(第一次産業、食料品製造業)



出典：産業連関表（平成 23 年）

図 14 四国 4 県の移輸出・移輸入額



出典：産業連関表（平成 23 年）

(3) 機会(チャンス)とすべき世界の潮流や全国の趨勢

- ・【消費者マインド】消費者ニーズの多様化、防災意識の高まり、食の安全・安心志向、健康志向、移住への関心の高まり、心の豊かさへの意識の変化
- ・【全国的な社会・経済情勢】全国的な高齢化の進行、ICT・IoTの多面的な活用、大学の地域貢献、歴史イヤー（大政奉還 150 年、明治維新 150 年）、防災対策の強化
- ・【国際化】訪日外国人観光客の増加（クルーズ船の寄港増など）、日本食ブーム、貿易の自由化（輸出の促進）

■消費者マインド：消費者ニーズの多様化、防災意識の高まり、食の安全・安心志向、健康志向、移住への関心の高まり 心の豊かさへの意識の変化

平成 23 年3月に発生した東日本大震災をはじめ、土砂災害や噴火などの自然災害や異常気象により、全国的、世界的に防災の意識が高まっています。

こうした中、本県では、台風や南海地震といった自然災害と戦ってきた歴史があり、これらの自然災害への対策を通じて得たノウハウを生かした防災関連産業が振興してきています。

また、国内外で頻発する食品偽装問題などの影響により、消費者の食の安全・安心へのニーズが高まっています。また、高齢者の増加や疾病予防に重点を置いた購買・消費動向への変化により、健康的な食生活への志向が強まっています。

その上近年の田舎暮らしやスローライフへの関心の高まりなどから移住への関心も高まっています。本県の強みや魅力を存分に活かし、全国に情報発信することで高知ファンや移住に関心のある方を増やし、本県への移住に結び付け、地域や経済の活性化につなげるチャンスだと言えます。

また、近年「モノの豊かさ」より「心の豊かさ」を求める人の割合が増えており、地域に貢献したいという志を持った方に本県の担い手として活躍していただけるチャンスだと言えます。

■全国的な社会・経済情勢：全国的な高齢化の進行、ICT・IoTの多面的な活用、大学の地域貢献、歴史イヤー、 防災対策の強化

今後、大都市圏においては、より多くのリタイアメント層が生じることが見込まれます。本県は、全国に10年先行して高齢化が進んでおり、今後、高齢者の減少も見込まれることから、大都市圏からリタイアメント層を受け入れる余地が大きいという意味では、これは大きなチャンスと見ることもできます。

リタイアメント層の受け入れによって、経済波及効果だけでなく、医療や福祉、介護などの関連サービスの振興と雇用の創出が期待されます。さらに、「生涯活躍のまち(日本版 CCRC)」の取り組みにより、都会のアクティブシニア層を地方に呼び込む流れが生まれれば、このチャンスはさら

に拡大していくと考えられます。

大学においては、地域や民間との連携を促進する専門の機関を設け、それぞれの得意分野や最先端の研究活動を実用化につなげるとともに、地域における専門人材の育成に取り組むなど、地域貢献につながる取り組みを積極的に進めており、こうした機会を各産業分野に活かしていく環境が整いつつあります。

また、様々な分野でICTやIoTの活用が進んでおり、これらを活用して、売り上げを大きく伸ばす企業も増えていきますし、業務のアウトソーシングやアプリの開発など、様々な新しい仕事も増えてきています。こうした仕事は中山間地域でも作っていくことが可能です。また、本県の様々な分野での生産やサービスにICTやIoTを取り入れることにより、生産性の向上を図っていくことが期待されます。さらに、中山間地域の様々な課題の解決に、IoT等の技術を活用することにより、新たな産業化につなげていくことも期待されます。

そのほか、全国的に注目が集る大政奉還 150 年と明治維新 150 年という節目の年は、本県の強みである歴史を活かして観光客を増やすことができるという点で、さらに、国内外で大規模な自然災害が多発し、防災対策が強化される中、国内だけでなく海外にも、本県の防災製品や技術を売り込んでいけるという点で、大きなチャンスと言えます。

■国際化：訪日外国人観光客の増加(クルーズ船の寄港増など)、日本食ブーム、貿易の自由化(輸出の促進)

近年、日本を訪れる外国人観光客の数は毎年増加しており、それにともない、本県の外国人観光客の数も年々増加しています。

本県では、外国クルーズ客船の寄港が大幅に増加するなど、これまで以上に様々な国からの外国人観光客が訪れています。外国人の満足度をさらに高めるべく、多言語化やおもてなしなどの受入環境を整備し、さらに外国人のニーズに応じた旅行商品づくりを進めることで、本県の外国人観光客の飛躍的な増加を図ることができると考えられます。

また、本県産品の海外への外商については、貿易の自由化による関税の撤廃・引き下げや外国人の日本食ブームなどが追い風となり、さらに加速することが期待されます。

(4) 脅威となる社会経済の動向

- ・【全国的な社会・経済情勢】貿易の自由化(安価な外国産品の流入)、全国的な人手不足
- ・【地域間競争】県外製品や小売の県内進出、地域間競争の激化

■全国的な社会・経済情勢：貿易の自由化(安価な外国産品の流入)、全国的な人手不足

平成26年の日本の貿易総額(輸出額と輸入額の合計)約159兆円は、同年の日本の国家予算(約96兆円)を大きく上回り、中国、アメリカ、ドイツに次ぐ世界第4位の規模となっています。貿易

総額は国内外の様々な経済動向の影響を受け増減を繰り返してきました。経済のグローバル化が進み、世界のどこかの国で顕在化した影響が、少なからず日本にも波及する状況となっており、世界経済が不安定な中、今後も日本経済への様々な影響が懸念されます。

また、貿易の自由化による関税の撤廃・引き下げにより、安価な外国製品の流入に伴う価格の低下、それによる生産の減少といった影響も考えられます。特に本県の場合は、生産条件が不利な中山間地域が多いといった厳しい実情もあります。

こうした脅威に立ち向かっていくためにも、第一次産業などの取り組みをさらに力強く展開していく必要があると考えています。

さらに、生産年齢人口の減少や景気の回復などによって、ここ数年、全国的に人手不足感が一層強まってきており、本県経済の持続的な発展を図るうえで、この人手不足という問題を克服していくことが不可欠であると考えています。

■**地域間競争**：県外製品や小売の県内進出、地域間競争の激化

インターネットなどのICT(情報通信技術)の普及は、人・物・情報の交流の飛躍的な進展をもたらしましたが、その一方で、近隣地域だけでなく全国や海外との競争を余儀なくされ、様々な県外製品や資本が流入し、様々な分野で厳しい集客交流競争や産地間競争にいや応なく巻き込まれるという状況も生み出しています。

また、人口減少を抑制するために、移住促進に力を入れる自治体も増えてきました。

このため、他地域との競争を常に意識し、外からの視点や他地域の情報などを積極的に収集し、本県の魅力を打ち出していけるよう、これらを踏まえた取り組みが求められています。

4 第3期計画の基本方向

■改革のための5つの基本方向

- ① 高知の強みを生かして付加価値を最大限向上させ、「地産」をさらに強化する
- ② 「地産」で生み出された様々なモノを生かして「外商」をさらに拡大する
- ③ 「地産」「外商」の成果を「拡大再生産」につなげる
 - 担い手を育成・確保する
 - 地域産業クラスターを形成する
 - 起業や新事業展開を促進する
- ④ 産業人材を育成する
- ⑤ 移住促進により、活力を高める

本県産業をさらに力強いものにしていくためには、ここまで見てきたような「強み」「弱み」「機会(チャンス)」「脅威」とその組み合わせを整理し、さらなる体質強化を図る戦略を導き出すことが重要です。

そのうえで、それらの戦略に沿って、本県が目指すべき姿に向けてのこれまでの取り組みを徹底的に検証し、その対策として欠けていた点、手が届いていなかった点を明らかにして、所得の向上や雇用の創出につながる思い切った対策を講じなければなりません。

これまでの考察から、今後本県が目指すべき基本方向について、別表(SWOT分析と「改革のための5つの基本方向」)のとおり整理できるものと考えられます。

なお、第3期計画の策定に際し、SWOT分析を再点検した結果、新たに地産、外商、拡大再生産それぞれの整理による3つの基本方向へ改編し、現行の「産業人材の育成」「移住促進により、活力を高める」を合わせ、5つの基本方向を導き出しました。

〈別表〉

SWOT分析と「改革のための5つの基本方向」

-SWOT分析-



O Opportunities

消費者マインド	全国的な社会・経済情勢	国際化
<p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズの多様化 防災意識の高まり 食の安全・安心志向 健康志向 移住への関心の高まり 心の豊かさへの意識の変化 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢化の進行 ICT・IoTの多面的な活用 大学の地域貢献 歴史イヤー 防災対策の強化 	<ul style="list-style-type: none"> 訪日外国人観光客の増加（クルーズ船の寄港増など） 日本食ブーム 貿易の自由化（輸出の促進）

S Strengths

強み

食
<ul style="list-style-type: none"> 全国トップレベルの食 多様な一次産品
自然と歴史
<ul style="list-style-type: none"> 日本一の森林率 多様で豊富な自然 多くの偉人を輩出
人・技術力
<ul style="list-style-type: none"> 明るい県民性 独自の技術力を持つ地場企業 （これまで築き上げてきた）県外や海外とのつながり 志ある実践者の増加 過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術

高知県の強みを活かし、

S	多様な一次産品/全国トップレベルの食	➡	新技術の導入等により、高品質・高収量化を図り、第一次産業を強化する	基本方向1
O	食の安全・安心志向/ICT・IoTの多面的な活用/大学の地域貢献			
S	全国トップレベルの食/多様で豊富な自然/多くの偉人を輩出	➡	本県の強みをいかした観光商品をつくり、県外・海外から観光客を呼び込む	基本方向1・2
O	外国人観光客の増加/歴史イヤー/食の安全・安心志向			
S	過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術	➡	南海トラフ地震対策の加速化とあわせて防災関連産業を振興する	基本方向1・2
O	防災意識の高まり/防災対策の強化			
S	全国トップレベルの食/独自の技術力を持つ地場企業/県外や海外との繋がり	➡	本県の強みを生かして全国・海外に外商を展開する	基本方向2
O	食の安全・安心志向/貿易の自由化（輸出の促進）/日本食ブーム			
S	全国トップレベルの食/多様で豊富な自然/明るい県民性	➡	若者からリタイアメント層まで多くの方に高知の魅力を感じてもらい移住していただく	基本方向5
O	移住への関心の高まり/全国的な高齢化の進行			
W	中山間地域の衰退/担い手の不足	➡	地域アクションプランの取り組みを通じて、中山間地域の産業を育成する	基本方向1
O	大学の地域貢献/食の安全・安心志向			
W	県内経済規模の縮小/小規模、零細事業者が多い/大消費地から遠距離	➡	外商のハードルを下げる共通のプラットフォームをつくり県内事業者の挑戦を後押しする	基本方向2
O	消費者ニーズの多様化/食の安全・安心志向			
W	担い手の不足/少子化・高齢化の加速/中山間地域が多い	➡	本県産業を支える担い手を育成・確保する	基本方向3-1
O	移住への関心の高まり/心の豊かさへの意識の変化			
W	県内各地域に観光スポットが点在	➡	歴史資源等を核とした観光クラスターを地域地域に形成する	基本方向3-2
O	歴史イヤー/ICT・IoTの多面的な活用			

W Weaknesses

弱み

人口問題
<ul style="list-style-type: none"> 少子化・高齢化の加速 県内経済規模の縮小 担い手の不足 若者の流出 中山間地域の衰退
地理的ハンディ
<ul style="list-style-type: none"> 大消費地から遠距離 県内各地に観光スポットが点在
経済体質
<ul style="list-style-type: none"> 小規模・零細事業者が多い 製造業分野の産業集積度が低い 食料品出荷額が少ない 休廃業・解散の増加

飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

目指す
将来像



地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県

T Threats

脅威

全国的な社会・経済情勢	地域間競争
<ul style="list-style-type: none"> ・貿易の自由化（安価な外国産品の流入） ・全国的な人手不足 	<ul style="list-style-type: none"> ・県外製品や小売の県内進出 ・地域間競争の激化

弱みをカバーする取り組みを推進！

S	全国トップレベルの食/多様な一次産品	付加価値の高い商品開発により、他地域との差別化を図る	基本方向 1
T	貿易の自由化（安価な外国産品の流入）/県外製品・資本の流入/地域間競争の激化		
S	県外や海外とのつながり/独自の技術を持つ地場企業	築きあげた国内外とのネットワークを最大限活用し外商を拡大する	基本方向 2
T	貿易の自由化（安価な外国産品の流入）/県外製品・資本の流入/地域間競争の激化		
S	志ある実践者の増加	経営感覚を持ち、自ら考え行動できる人材を育成する	基本方向 4
T	県外製品・資本の流入/地域間競争の激化		
S	全国トップレベルの食/明るい県民性/多様で豊富な自然	移住希望者に寄り添い、きめ細かなサポートをすることにより移住を呼び込む	基本方向 5
T	地域間競争の激化		
W	小規模・零細事業者が多い/製造業分野の産業集積度が低い	事業戦略づくりから製品開発、販路開拓、設備投資までの一貫サポートにより、ものづくりを強化する	基本方向 1
T	県外製品・資本の流入/地域間競争の激化		
W	小規模・零細事業者が多い/休廃業・解散の増加/担い手の不足	事業の継続・発展の鍵となる、円滑な事業承継者や中核人材を確保する	基本方向 3-1
T	県外製品・資本の流入/全国的な人手不足		
W	製造業分野での産業集積度が低い/食料品出荷額が少ない/若者の流出	地域産業クラスターの形成により、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事をつくる	基本方向 3-2
T	県外製品・資本の流入/地域間競争の激化		
W	小規模・零細事業者が多い/中山間地域の衰退	商品やサービスを常に進化し続けることで競争力を維持・向上させる	基本方向 3-3
T	県外製品・資本の流入/地域間競争の激化		

基本方向 1

高知の強みを生かして付加価値を最大限向上させるとともに、生産性の向上を図ることにより、「地産」をさらに強化する

基本方向 2

「地産」で生み出された様々なモノを生かして「外商」をさらに拡大する

基本方向 3

「地産外商」の成果を、「拡大再生産」につなげる

- 3-1 担い手を育成・確保する
- 3-2 地域産業クラスターを形成する
- 3-3 起業や新事業展開を促進する

基本方向 4

産業人材を育成する

基本方向 5

移住促進により、活力を高める

5 第3期計画の重点取り組み

「目指す将来像」や「計画全体を貫く目標」、各分野における「4年後・6年後・10年後の目標」(p.20～p.21 に記載)を実現していくため、第3期計画 ver.2では、SWOT分析によって導き出された5つの基本方向に沿って、取り組みをさらに充実・強化し、引き続きさらなる挑戦を続けます。

基本方向1 高知の強みを生かして付加価値を最大限向上させるとともに、生産性の向上を図ることにより、「地産」をさらに強化する

人口減少下において、本県の「地産」をさらに強化するためには、各産業分野において、新技術の導入や新たな人材の育成、確保などに取り組み、生産性や付加価値の向上を図ることによって販路を拡大していくことが必要不可欠となります。そして、これらを効果的に実現するためのベースとなる事業戦略の策定を各産業分野で徹底してサポートしていくことが極めて重要です。

このため、平成 28 年度から取り組んでいる、ものづくり分野での県内事業者の事業戦略の策定・磨き上げ支援を、他の分野にも広げるとともに、生産性・付加価値の向上を目指した新技術の導入促進や事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保対策などを進めていきます。

具体的には、それぞれの産業分野で、次の「地産」の強化の取り組みを進めていきます。

(1) 第一次産業

農業の分野では、環境制御等の新しい技術を導入した次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進 などにより、高収量・高品質化を図るとともに、安全・安心で高品質な生産につながるIPM技術等の更なる普及 などにより、消費地から選ばれる産地を形成します。また、集落営農や中山間農業複合経営拠点の取り組みを拡大すること などにより、中山間地域の農業の競争力を高め、地域の農業を地域全体で支える仕組みを構築します。

林業の分野では、森林組合の生産工程改善や高性能林業機械の導入等による生産性の向上 などにより、原木の増産を図っていきます。また、製材所の加工力の強化や、集材材やCLTパネルといった付加価値の高い製品を製造する高次加工施設の整備 などにより、加工体制を強化します。さらに CLT 建築物の普及促進と需要拡大に向けた取り組みや、低層非住宅建築物の木造化の推進などにより、木材需要の飛躍的拡大を目指します。

水産業の分野では、漁業経営の効率化、法人等の生産現場への参入の促進などにより、生産性の高い漁業への構造転換を進めます。また、クロマグロ人工種苗の量産体制の確立と普及を図るなど、養殖業のさらなる振興を図ります。さらに、既存加工施設の高度化や衛生管理体制の強化、HACCPに対応した加工施設の整備促進 などにより、国内外の様々な市場に対応できる

産地加工体制を確立します。

(2) 第二次産業

食品加工の分野では、産学官の食品関係者が継続的に交流し、学び合う「食のプラットフォーム」の設置や、商品開発・生産管理の高度化(HACCP手法の導入)に向けた一貫サポートの強化、工業技術センターへの新たな機器の導入など、食品加工高度化支援拠点の整備を図ることにより、本県の食品加工のレベルアップを目指します。

機械系のものでつくりの分野では、ものづくり産地消・外商センターにおける事業戦略や事業化プラン(製品企画書)の策定からその実行までの一貫サポートなどにより、ものづくり力、商品力をさらに強化します。

また、本県の製造品出荷額の約1割を占める紙産業においては、セルロースナノファイバーやリサイクル炭素繊維などの研究会を設置して、紙産業技術センターに導入した装置を活用して企業の製品や技術開発を加速します。

(3) 第三次産業

観光の分野では、「志国高知 幕末維新博」の開催を通じて、県内の様々な史跡や偉人にゆかりのある施設などの歴史資源を磨き上げ、地域地域に歴史観光の基盤を整えるとともに、地域の食・自然などと一体的に組み合わせた周遊コースとなる観光クラスターを形成します。また、本県の豊かな自然などを生かした戦略的な観光拠点整備にも取り組んでいきます。さらに外国人のニーズに応えた定番 の旅行 商品づくりを進め、外国人観光客のさらなる 誘致につなげていきます。

また、商工会等と連携して、地域の事業者の経営計画の策定や事業展開をサポートするとともに、中山間地域の商業の活性化に向けた取り組みを進めます。

重点取り組み

<生産性・付加価値の向上と事業戦略づくりを支援する>

■ 〔商工業〕 〇ものづくり企業の事業戦略策定支援

〇 商工会等と連携した地域の事業者の経営計画の策定支援

■ 〔農業〕 〇中山間農業複合経営拠点、集落営農の事業計画の策定支援

■ 〔林業〕 〇製材事業体の事業戦略の策定支援

■ 〔共通〕 〇土佐MBAの経営戦略コースの充実

■ 新技術の導入促進、高知版IoTの推進

■人材の定着・確保対策（新規高卒者の早期離職防止、従業員の定着対策）

<第一次産業を強化する>

- [農 業] ○「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及推進
○中山間農業複合経営拠点の整備、集落営農の推進
- [林 業] ○森林組合の生産工程改善支援、高性能林業機械等の導入促進
○製材所の加工力強化
○木材需要の拡大（CLTの普及、低層非住宅建築物の木造化の推進）
- [水産業] ○沿岸漁業生産体制の効率化
○クロマグロ人工種苗生産の事業化など養殖業のさらなる振興
○輸出等にも対応できる水産加工施設の立地促進

<ものづくりを強化する>

- 第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開
○食品加工高度化支援拠点の整備による食品加工のレベルアップ支援
- 機械系ものづくりや防災関連産業のものづくり力、商品力の強化
○ものづくり地産地消・外商センターによる一貫サポート
○ものづくり地産地消のさらなる推進
- 新素材等を用いた製品や技術の開発による紙産業の振興
- 地域アクションプランの推進

<観光商品づくりを強化する>

- 戦略的な観光地づくり
○幕末維新博を通じた歴史資源の磨き上げ（リアル化）と観光クラスター化
○広域観光推進体制の確立
○地域の核となる観光拠点の形成（アウトドア拠点・スポーツ拠点の整備等）
- 国際観光の推進
○外国人向け旅行商品づくりの抜本強化

<商業を活性化する>

- 商工会等との連携による中山間地域の商業の活性化

基本方向2 「地産」で生み出された様々なモノを生かして「外商」をさらに拡大する

人口の自然減等により、県内市場は今後も縮小していく趨勢にあり、引き続き、「外商」を強力

に押し進めていくことが重要です。

引き続き、全国で外商活動を展開するとともに、外食チェーンなど業務筋への外商機会を拡大し、さらなる成果を目指していきます。また、将来のさらなる外商拡大を見据え、海外への輸出を本格化させます。

具体的には、それぞれの産業分野で、次の「外商」の強化の取り組みを進めていきます。

国内の外商については、食品の分野では、地産外商公社の活動範囲を首都圏から関西、中部、中国、四国、九州にまで広げ、全国規模で県内事業者の営業活動を支援します。また、農産物の流通規模に応じた販路開拓や、水産物の高知家の魚応援の店を活用した取引拡大などに取り組みます。また、ものづくりの分野では、平成 28 年度に東京営業本部を設置したものづくり地産地消・外商センターを中心として、外商支援や見本市出展後のフォローアップ営業などの支援を行っていきます。

海外の外商については、貿易推進統括アドバイザーの配置や台湾地域への高知県オフィスの設置など輸出拡大に向けた体制を強化するとともに、これまでに培ったノウハウを生かして、輸出品目ごとに、その特性に応じた戦略を立てて販路の拡大に取り組みます。

観光の分野では、本県観光のさらなる飛躍を図るため、「志国高知 幕末維新博」の広報・セールス活動や、地域の観光情報の提供など、効果的なセールス&プロモーションを展開していきます。また、国際観光では、増加するクルーズ船の受入体制やWi-Fi環境の整備、多言語化の強化など外国人観光客の受入環境整備、国・地域に応じた戦略的・重点的なプロモーション・セールス活動の展開、2020 年の東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的展開などにより、外国人観光客のさらなる誘客に取り組みます。

高知家プロモーションについては、これまで積上げてきた高知家の認知度などの成果を生かしながら、マスメディアを通じて必要な告知を適切な時期に発信するとともに、この発信効果を個別品目のセールスプロモーション等と連動させ、外商や観光、移住などの成果に着実につなげていきます。

重点取り組み

＜官民協働で「外商」を強化する＞

■ 国内の外商

○ [食品分野] 地産外商公社を中心とした外商活動の支援

○[ものづくり分野]ものづくり地産地消・外商センターを中心とした外商活動の支援

○[農業]規模に応じた販路開拓、園芸連の中規模流通・小規模流通の強化

○[林業]県外流通拠点を活用した取引拡大

○[水産業]「高知家の魚応援の店」等を活用した取引拡大

■海外の外商

○輸出拡大に向けた体制強化(貿易推進統括アドバイザーの配置、台湾地域における高知県オフィスの設置等)

○国・地域別、品目別の輸出戦略の展開(ユズ、土佐酒、水産物、農産物、木材、防災関連製品等の輸出拡大、インフラ技術等の ODA(政府開発援助)案件化の推進)

<県外・海外からの観光客を増やす>

■効果的なセールス&プロモーションの展開

○マスメディアを活用したプロモーション

○観光サポートアプリを活用した地域の観光情報の提供

○スポーツツーリズムの推進 ○コンベンション等の誘致

■国際観光の推進

○国・地域に応じた戦略的・重点的なプロモーション・セールス活動の展開

○外国人観光客の受入環境の整備(クルーズ船の受入体制、Wi-Fi 環境、多言語化の強化)

○「よさこい」の 戦略的展開

<高知家プロモーション>

■高知家プロモーションとの連動による外商や観光、移住の加速化

基本方向3 「地産」「外商」の成果を「拡大再生産」につなげる

これまでの取り組みによって、「地産」「外商」が拡大してきましたが、県勢浮揚を成し遂げるためには、この流れを力強い「拡大再生産」の好循環につなげ、持続可能なものとしていくことが重要です。

この拡大再生産に向けて、次の3つのポイントによって、施策を 強力に推進します。

①担い手を育成・確保する

事業を継続・発展させていくためには、各産業分野の担い手の確保が課題となります。

このため、「事業承継・人材確保センター」や U・I ターン 就職促進等の取り組みによって、県

内事業者の円滑な事業承継や中核人材の確保をサポートします。また、第一次産業の担い手確保の取り組み強化として、農業の産地提案型担い手確保 対策 や林業大学校の運営、民間企業等が行う漁業の担い手の育成への支援など に取り組みます。

②地域産業クラスターを形成する

地域に残りたいと願う若者の就職に関する希望を叶えるためには、地域地域に第一次、第二次、第三次の各産業にわたる厚みをもった産業群を数多く作り出していくことが必要です。

このため、企業立地を含めた関連施策を効果的に組み合わせ、地域地域に第一次産業や観光等、地域に根差した産業を核としたクラスター（地域産業クラスター）を意図的に生み出していくことで、それぞれの地域に多様な仕事をつくっていきます。併せて、産業集積の幅を広げるため、遊漁・体験漁業等の振興や中山間地域の商業の活性化を図っていきます。

また、若者や求職者のニーズが高い、コンテンツ関連企業や事務系職場の立地を促進していきます。

③起業や新事業展開を促進する

「地産」「外商」の成果をより力強い「拡大再生産」の好循環につなげていくためには、常に新しい挑戦が生まれ続けることが重要です。

このため、引き続き、各産業分野において起業や新事業展開を促進する施策を展開していきます。また、「こうち起業サロン」の常設化を図るとともに、起業サロンと産学官民連携センター（ココプラ）が一体となって、起業や新事業展開に取り組もうとされる方々を、学びの段階からアイデアづくり、計画策定、実践段階まで切れ目なくサポートしていきます。

重点取り組み

<担い手を育成・確保する>

■移住施策と連携した各分野の担い手確保策

- 「事業承継・人材確保センター」による中核人材の確保や円滑な事業承継のサポート
- 新卒大学生等の県内就職の促進
- 首都圏の人材・企業とのネットワークの構築によるコンテンツ人材の確保
- 農業担い手育成センター、林業大学校による人材育成・確保
- 産地提案型を核とした園芸産地の担い手確保対策
- 民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成支援

<地域産業クラスターを形成する>

■地域産業クラスターの形成

○地域に根差した第一次産業を核としたクラスターの形成

・18のクラスタープロジェクトの具体化支援

・産業集積の幅を広げる取り組みの強化(遊漁・体験漁業の振興、商店街の活性化等)

○コンテンツ関連企業や事務系職場の集積拡大

<起業や新事業展開を促進する>

■起業サロンと産学官民連携センターが一体となった起業等へのサポート

○こうち起業サロンの開催(サロンの常設化、起業コンシェルジュの配置)

○[学びのステージ]土佐MBAでの 起業・第二創業コースの実施

○[トレーニングのステージ]アイデアソン、連続講座、ビジネスチャレンジサポート 等の実施

○[事業化に繋げるステージ]ビジネスプランコンテストの実施

■各分野の個別サポートの充実

○コンテンツ産業への支援強化

○設備投資の促進

○事業戦略の策定支援

基本方向 ④産業人材を育成する

本県の産業を将来にわたって持続的に発展させ、県勢浮揚を成し遂げていくためには、各産業分野、各地域地域において、新たなことに果敢に挑戦しようとする志と、そのための知識や技術を持った人材が何よりも 必要 となります。

このため、土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)による体系的な人材育成や、地域における人材育成の取り組みへの支援など、「志ある産業人材の育成」に力を注いでいきます。また、より早い段階から高知の産業に興味を持ってもらい、将来の担い手を育てていくために、発達段階に応じたキャリア教育も実施します。

重点取り組み

<志ある産業人材の育成>

○土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)の実施

○観光創生塾による観光人材の育成

<年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり>

○発達段階に応じたキャリア教育の実施

基本方向 ⑤移住促進により、活力を高める

本県では各産業分野の担い手確保対策と移住促進策との連携を図りながら取り組みを進めた結果、移住者は大幅に増えてきていますが、近年、東京などに近い地域が移住対策に力を入れ始めるなど地域間競争がより激しくなっています。

このため、新規の相談者の増加に向けた取り組みを強化するほか、相談者の関心ごとに対応した体験ツアーを実施するなど、相談や体験の機会を増やします。

また、各分野の人材ニーズをタイムリーに集約し、移住希望者とのマッチングを速やかに進めていくために、様々な人材ニーズを集約したデータベースを整備した上で、都市部の人材に向けて一元的に情報発信していく仕組みを構築します。

さらに、こうした取り組みの効果を最大限に発揮していくため、人材ニーズの集約、都市部への情報発信、移住相談や UI ターン就職相談、中核人材の確保などを一体的に行う組織の設立を目指します。

重点取り組み

■情報発信

- 高知家プロモーションと連動した移住PR
- ターゲット毎に訴求力のある媒体での広告等の展開

■高知への移住に関心

- 移住ポータルサイトによる情報発信
- 発信素材の継続的な発掘と発信方法の磨き上げ

■具体的な行動

- 「移住・交流コンシェルジュ」によるきめ細かな相談対応
- 様々な人材ニーズの顕在化・集約化による都市部人材とのマッチング強化
- 移住促進と密接に関連する「U・I ターン就職」「中核人材確保」の業務を一体的に展開
- 移住につながる多様なツアーの実施
- 二段階移住の促進、「高知家生涯活躍のまち」(高知版CCRC)」の具体化支援

■移住を決めてもらう

- 全県的な移住支援ネットワークの構築
- 移住者向け住宅等の確保

■定住

- 市町村や地域による移住者交流会の開催

6 第3期計画の改定(第1次改定)

これまでの産業振興計画の取り組みを通じて、地産外商が大きく進み、生産年齢人口が減少する中でも各産業分野の産出額等が上昇傾向に転じてきました。人口が減少する中であっても、本県経済は縮むことなく、むしろ拡大する方向に転じつつあると考えられます。

この流れをさらに力強いものとするため、第3期計画では、「拡大再生産」の好循環を創出していくことを大いに意識しながら、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を地域地域に数多く創り出していくことを目指し、スピード感を持って取り組みを進めてきました。

こうした中、平成 28 年は年間を通して有効求人倍率が1倍を超えるなど、経済活性化に向けての手応えも感じられるようになってきました。

しかしながら、正社員の有効求人倍率は過去最高とはいえ0.68倍(平成28年12月)と依然として低く、また、雇用情勢の改善などによる失業率の低下に伴い各産業分野における人手不足がさらに深刻になってきています。

このため、これまでの取り組みの土台の上に立って「地産」「外商」「拡大再生産」の取り組みをもう一段パワーアップさせ、第3期計画をバージョン2へと改定しました。

○持続的な「拡大再生産」の好循環の創出を目指し、「地産」「外商」「拡大再生産」の取り組みをさらにパワーアップ!

【改定のポイント】

- 1) 海外への輸出の本格化**
- 2) 435万人観光の早期達成と定常化に向けた取組強化**
- 3) 第一次産業における飛躍的な生産拡大**
- 4) 1,000億円産業に向けた食品加工のレベルアップ**
- 5) 生産性・付加価値の向上と事業戦略の策定によるさらなる地産の強化**
- 6) 移住者年間1,000組の実現と定常化に向け、移住施策と担い手確保策との連携をさらに強化**
- 7) 地域産業クラスタープロジェクトの具体化による雇用創出**
- 8) 起業や新事業展開のさらなる促進**

以下、8つの改定のポイントについてそれぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

海外への輸出の本格化

(改定の背景)

- 地産外商会社によるサポート等を通じた外商の成約件数は、平成 21 年度の 178 件から平成 27 年度には 6,555 件と約 37 倍に増加するなど、国内での外商は飛躍的に拡大しています。
- 海外での外商についても、食料品の輸出額は、平成 21 年の 5 千万円から平成 27 年の 4 億 3 千 9 百万円と 8.6 倍に増加するとともに、ユズや土佐酒の輸出拡大に加え、新たに防災関連製品や水産物、木材などの輸出もスタートしました。これまでの取り組みの結果に一定の手応えを感じており、さらに大きく伸ばすことが可能と考えています。

(強化の方向性)

- 全国展開など、これまでの積極的な国内の外商活動に加えて、輸出を本格化させるため輸出拡大に向けた体制をさらに強化し、国・地域、品目に応じた輸出戦略を展開します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①輸出拡大に向けた体制強化

- ・貿易推進統括アドバイザーの配置等により戦略的に輸出を促進
- ・台湾活動支援拠点の強化

②ユズ、土佐酒、水産物、農産物、木材、防災関連製品等の輸出拡大に向けた取組の強化

- ・「KOCHI YUZU」の商標権を生かしたユズの輸出拡大
- ・CLT輸出への挑戦
- ・防災関連製品・技術の台湾や東南アジアでの展開の本格化
- ・インフラ技術等の ODA(政府開発援助) 案件化の推進

改定のポイント2

435 万人観光の早期達成と定常化に向けた取組強化

(改定の背景)

- これまでの官民を挙げた取組により、県外観光客入込数は平成 25 年から4年連続で 400 万人を超えており 400 万人観光が定着してきています。
- 近年、外国クルーズ客船の高知新港への寄港が大幅に増加するなど、外国人観光客が増加しています。
- 大政奉還 150 年(平成 29 年)、明治維新 150 年(平成 30 年)は、本県の魅力である歴史や自然、食をアピールする絶好の機会であり、官民を挙げて、観光地としてのポテンシャルをさらに高める取組を進めてきました。

(強化の方向性)

- 435 万人観光の早期達成と定常化に向け、「志国高知 幕末維新博」の開催や地域の核となる観光拠点の形成を通じて持続的な観光振興の基盤をつくり上げるとともに、国際観光の取組をさらに加速させます。

【さらなる強化策（主なもの）】

①戦略的な観光地づくり

- ・幕末維新博を通じた歴史資源の磨き上げ(リアル化)と観光クラスターの形成
- ・地域の核となる観光拠点の形成
(自然を生かしたアウトドア拠点・スポーツ拠点の整備、龍河洞等の再活性化)

②国際観光のさらなる推進

- ・国・地域に応じた戦略的・重点的なプロモーション・セールス活動の展開
- ・外国人観光客向け県内 Free Wi-Fi の統一化
- ・2020 年の東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的展開

改定のポイント3

第一次産業における飛躍的な生産拡大

(改定の背景)

- 担い手の減少に連動する形で減少傾向にあった本県の第一次産業の生産額は、増加に転じています。

農業(農業産出額) H22:930 億円 → H27:1,011 億円

林業(木材・木製品製造業出荷額等) H22:150 億円 → H26:204 億円

水産業(沿岸漁業生産額) H21:348 億円 → H26:421 億円

- この流れをさらに力強いものとしていくためには、さらなる生産性や付加価値の向上を図るとともに、需要の拡大を図っていく必要があります。

(強化の方向性)

- 飛躍的な生産拡大を実現するため、新技術の導入等により、それぞれの地産の取り組みを強化します。

【さらなる強化策 (主なもの)】

[農業]

- 「次世代型こうち新施設園芸システム」のさらなる普及
- 「中山間農業複合経営拠点」のさらなる整備推進
- 園芸連の中規模流通・小規模流通の強化

[林業]

- 原木増産に向けた森林組合の生産工程改善や高性能林業機械等の導入支援
- 製材所の加工力強化に向けた人材育成と設備整備の支援
- CLT建築の需要拡大に向けた取組の強化
- 新たな木質建材の開発・普及への支援

[水産業]

- クロマグロ人工種苗生産の事業化等、養殖業のさらなる振興
- 輸出等にも対応できる水産加工施設の立地促進
- 新規漁業者等の設備投資や沿岸の雇用型漁業への新規参入等の支援

改定のポイント4

1,000 億円産業に向けた食品加工のレベルアップ

(改定の背景)

- 地産外商公社の外商サポートにより、外商に挑戦する事業者が増加し、成約件数・金額も飛

躍的に拡大しました。これに伴い、食料品製造業出荷額等も増加に転じてきました。（食料品製造業出荷額等 H21:862 億円 → H26:892 億円(+30 億円)）

- さらなる飛躍のためには生産管理や加工技術の一層の高度化などにより、食品産業全体のさらなるレベルアップを図っていく必要があります。

（強化の方向性）

- 飛躍的な生産拡大を実現するため、新技術の導入等により、それぞれの地産の取り組みを強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

○食品加工高度化支援拠点の整備

・工業技術センターの機能強化

・食品事業者を核とした産学官のプラットフォームづくり

・商品開発や生産管理の高度化等に向けたアクティブな働きかけと一貫サポートの強化

○地域商社の外商活動への支援（外商会社のノウハウ等の提供、商談会等の開催支援）

改定のポイント5

生産性・付加価値の向上と事業戦略の策定によるさらなる地産の強化

（改定の背景）

- 本県の生産年齢人口は減少を続けていますが、産業振興計画の取組などにより各分野の産出額等はむしろ拡大する傾向にあり、人口減少下でも縮まない経済に転換しつつあります。
- 引き続き、人口減少下にあっても各分野の成長を維持・拡大させるためには、「担い手の確保」の取組に加えて、各産業分野において、さらなる生産性や付加価値の向上に取り組むとともに、事業者の事業戦略の策定を進めていく必要があります。

（強化の方向性）

- 地域の事業者の経営計画や製材事業体の事業戦略など、各産業分野の事業戦略づくりを一貫して支援します。これを基礎として、新技術の導入促進や高知版 IoT の推進により生産性の飛躍的な向上と付加価値の向上を図るとともに、事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保対策を推進します。

【さらなる強化策（主なもの）】

○各産業分野の事業者の成長の礎となる事業戦略の策定支援の強化

- ・商工会等による経営計画の策定支援
- ・製材事業体の事業戦略の策定支援
- ・土佐MBAの経営戦略コースの充実 等

○各産業分野における新技術の導入促進

○高知版IoTの推進

- ・実証プロジェクトの推進
- ・システム・サービスの試作開発への支援
- ・IoT 分野の人材育成

○事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保対策の推進

- ・新規高卒者の離職防止・従業員の定着対策
- ・職種間のミスマッチの解消

改定のポイント6

移住者年間 1,000 組の実現と定常化に向け、移住施策と担い手確保策との連携をさらに強化

（改定の背景）

○これまでの取組により、移住者数は着実に増加してきました。

平成 27 年度：移住者数 518 組（平成 23 年度と比較して約 4 倍に増加）

○他方、生産年齢人口が継続的に減少していることに加えて、地産外商が進んだが故に、例えば、新しいことにチャレンジしようとしても人材がいない、新しい農業を展開しようとしても後継者がいないといったような状況が一層深刻になってきています。

○人口減少下においても、本県経済を縮ませず、むしろ拡大の方向にもっていくためには、「引退等により生じるポスト」や「事業創出による新たなポスト」をいかに若い人につなげていけるかがポイントとなります。

（強化の方向性）

○ 移住者年間 1,000 組の実現と定常化に向けて、各産業分野の人材ニーズを顕在化、集約化させ、都市部人材とマッチングしていく仕組みをさらに強化するとともに、各産業分野の担い手確

保策を一層強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

○様々な人材ニーズの顕在化・集約化による都市部人材とのマッチング強化

・移住促進と密接に関連する「U・Iターン就職」「中核人材確保」の業務を一体的に展開

・各産業分野の担い手確保策をさらに強化

〔農業〕労働力を確保する仕組みの構築

〔林業〕都市部でのフォレストスクールの開催

〔水産業〕漁村での幅広いライフスタイルの提案

〔商工業〕事業承継・人材確保センターによる人材ニーズの掘り起こし、コンテンツ人材の確保対策の強化(首都圏の人材・企業とのネットワークの構築等)

○移住のハードルを下げる仕掛けづくり(「二段階移住」の促進、「高知家生涯活躍のまち」(高知版CCRC)の取組の推進)と住宅確保対策の強化

改定のポイント7

地域産業クラスタープロジェクトの具体化による雇用創出

(改定の背景)

○ 第3期の産業振興計画では、拡大再生産策として、第一次産業や観光等、地域に根差した産業を核としたクラスターを地域地域に生み出していく取組をスタートしました。

○ 28年度は18のクラスタープロジェクト(年度途中に2件追加)を立ち上げ、官民協働でクラスタープランの作成などを進めていますが、まだまだ緒についたばかりの状況です。

(強化の方向性)

○ クラスタープロジェクトの具体化支援や、遊漁・体験漁業の振興や商店街等の戦略づくりの支援等の産業集積の幅を広げる取組の強化などにより、地域産業クラスターの形成を本格化させます。

【さらなる強化策（主なもの）】

- クラスタープロジェクトの具体化支援
- 産業集積の幅を広げる取組の強化
 - ・遊漁・体験漁業の振興
 - ・商工会等との連携による中山間地域の商業の活性化
- 地域商社の外商活動への支援【再掲】

改定のポイント8

起業や新事業展開のさらなる促進

（改定の背景）

- 継続的に新たな挑戦が行われる環境を整備するため、第3期の産業振興計画では、拡大再生産策として、起業や新たな事業展開を促進する取組をスタートしました。
- 28年度に抜本強化した取組（総合相談窓口の設置、土佐まるごとアカデミーをベースとした起業化プロセスの構築、「こうち起業サロン」など）をさらに強化していく必要があります。

（強化の方向性）

- 起業コンシェルジュを配置し、「こうち起業サロン」の常設化とプログラムのさらなる充実を図るとともに、「ココプラ」と「こうち起業サロン」が一体となって起業等へのサポートを行います。あわせて、コンテンツ産業や創業及び拡大再生産に向けた設備投資への支援を強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

- 「ココプラ」と「こうち起業サロン」とが一体となった起業等へのサポートの強化
- コンテンツ産業への支援強化
- 設備投資の促進
- 各産業分野の事業者の成長の礎となる事業戦略の策定支援の強化【再掲】
- 商工会等との連携による中山間地域の商業の活性化【再掲】

7 第3期計画のさらなる進化に向けて

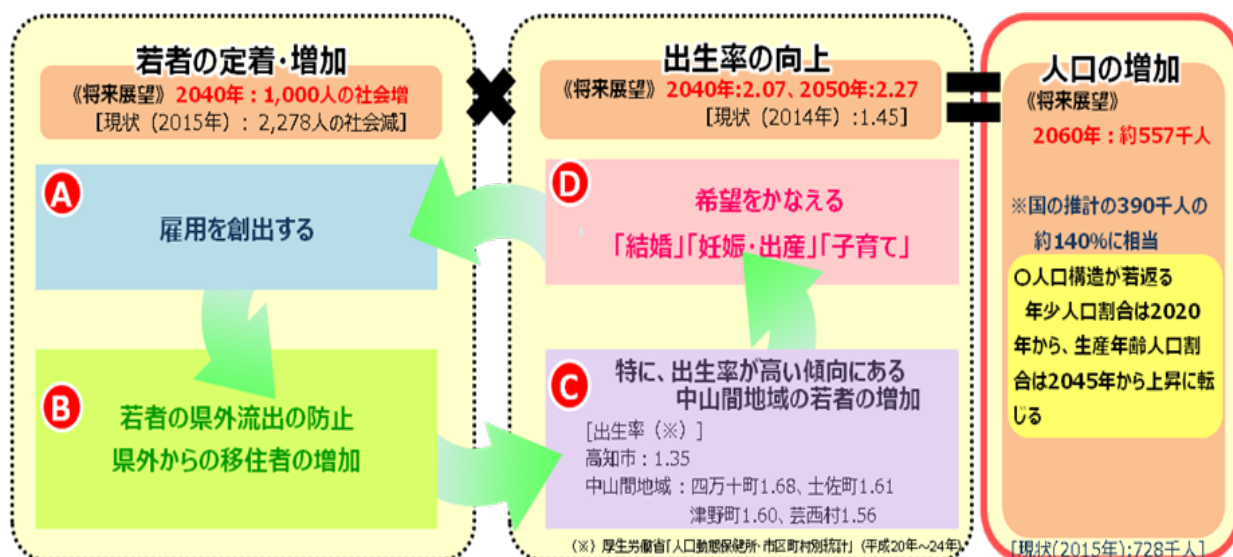
■他の政策との融合・発展

現在、高知県が進めています「経済の活性化」「教育の充実」「日本一の健康長寿県づくり」「中山間対策の充実・強化」「少子化対策の抜本強化と女性の活躍の場の拡大」の5つの政策と、それらを下支えする「南海トラフ地震対策の抜本強化・加速化」「インフラの充実と有効活用は、すべて「人口減少の負のスパイラル」1つ1つに立ち向かい、断ち切るための取り組みです。

本県は、この人口減少による負のスパイラルという根本的な課題を抱えており、それを克服することが県政における最大の課題です。

この克服に向け、「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、平成27年8月に、2060年の本県人口の将来展望として、国の推計によると約39万人まで減少するとされる本県の人口を、約55万7千人に踏みとどまらせ、将来的な人口の若返りと人口増への転換を目指すという目標を掲げたところです。

この目標の実現のためには、若者のさらなる県内定着や増加を図るとともに、出生率の向上を図っていく必要があります。



若者の定着や増加に向けては、まず、地産外商・拡大再生産の取り組みを通じて、地域地域で多様な働く場の創出を図っていきます。(図のA)

こうして県内に働く場を創出することにより、若者の県外流出を防止するとともに、県外からの移住者の増加にも取り組んでいきます。(図のB)

また、出生率のさらなる向上に向けて、都市部に比べて相対的に出生率が高い中山間地域に若者がとどまることができるよう、この2つ(図のAとB)の取り組みを、特に、中山間地域において力を入れて進めていきます。(図のC)

その上で、県民の皆様の結婚、妊娠・出産、子育ての希望がかなえられる環境を整えていきます。(図のD)

この4つの対策を一連のものとして講じることで、若者の定着・増加と出生率の向上に向けた良き好循環を生み出せるよう、第3期計画では、引き続き、他の政策の取り組みとの融合、発展を図っていきます。

<他の政策との融合・発展の取り組み例>

- ・「高知家生涯活躍のまち(高知版CCRC)」の推進に向けた、産業振興計画の移住促進策と、日本一の健康長寿県構想の健康・福祉サービスとの連携
- ・中山間地域の産業振興に向けた、産業振興計画の産業成長戦略及び地域アクションプランの取り組みと、中山間対策の集落活動センターの取り組み
- ・防災関連産業の振興に向けた、産業振興計画の防災関連製品の開発と、南海トラフ地震対策の防災対策との連携

■産業振興計画のさらなる進化に向けて

人口の社会増減の均衡に向けては、若者の県外流出を食い止めることが特に重要であり、そのためには、「若者が地域地域で誇りと志を持って働ける」多様な仕事を数多く作り出していくことが必要です。

あわせて、人口減少下においても、できるだけ本県の経済を縮ませない、むしろ拡大する方向に持っていくためには、生産年齢人口をできるだけ減少させない、すなわち「担い手を育成・確保する」取り組みを行うとともに、仮に担い手が減少したとしても、その影響を和らげるため、「生産性の向上」と「人材の定着」に向けたさらなる取り組みが必要です。

第3期計画では、こうした課題への対応をさらに強化して進めていくこととしていますが、県勢浮揚を成し遂げるために、引き続き、多くの皆様のお知恵を賜りながら、毎年度計画を見直し、さらなる進化を図っていきます。

< 付属資料 >

I	第1期計画の改定	54
II	第1期計画（平成21～23年度）の総括	56
III	第2期計画の改定	73
IV	第2期計画（平成24～27年度）の総括	94
V	高知県経済等の動向（平成29年3月現在）	122

I 第1期計画の改定

1 第1期計画における改定の経緯

平成 21 年4月にスタートした第1期計画では、中長期的な視点(概ね 10 年)に立ちながらも、当面の目標を平成 23 年度末に設定し、そこに至る具体的な道筋を示して取り組みました。取り組みの推進にあたっては、状況の変化や地域の新たな動きなどにも対応し、計画をより効果的かつ実効性あるものとするため、PDCAサイクルを通じて、毎年度、計画の改定を重ねてきました。

この間、常に、産業成長戦略の充実とあわせて、地域アクションプランに新たな活動を取り入れることで、多くの県民の方々に参画いただきながら、官民協働で県経済の成長に向けて取り組んできたところです。

■第1次改定(平成 22 年3月)

平成 21 年度は、計画の「実行元年」と位置付けて、「本気で実行」を合言葉に取り組みを進めました。そうした中、一定の成果が表れ、成果につながる兆しも見え始めた一方で、計画を実行に移すことによって、修正すべき部分や拡充すべき部分、新たに追加すべき項目なども明らかになってきました。

このため、実行段階でいただいた県民の皆様の様々なご意見も踏まえ、さらなる効果を発揮させるため、下の5つの柱を中心とした改定により、計画のバージョンアップを図りました。

平成 22 年度は、「挑戦の年」と位置付け、この産業振興計画 ver.2のもと、「果敢に挑戦」を合言葉に取り組みを加速しました。

〔ver. 2における改定の5本柱〕

- (1) 地産外商戦略の加速化
 - ・首都圏新アンテナショップのオープン(巨大マーケットでの地産外商戦略の本格的展開)
 - ・関西・中部地区での地産外商戦略のワンランクアップを目指した展開 等
- (2) 「ものづくりの地産地消」の促進
 - ・県内の受発注につながる情報を集約し、関連団体に提供
 - ・県内企業の試作品開発を支援する補助金の創設 等
- (3) ポスト「龍馬博」の推進
 - ・広域ブロック(東部、中央部、西部)ごとに、観光資源の磨き上げによる、1泊以上滞在できる観光地づくり
 - ・龍馬人気を生かし、更に広がりを持たせた観光PR、プロモーションの展開 等
- (4) 地域の取り組みのステップアップ推進
 - ・ステップアッププランへの支援メニューの創設 等
- (5) 地域産業を創造・リードする人材の育成・確保
 - ・「目指せ！弥太郎 商人(あきんど)塾」の開講 等

■第2次改定（平成23年3月）

平成22年度は、龍馬ブームを追い風にした観光や地産外商の取り組みをはじめ、雇用の創出などの面でその成果が見え始めてきました。

その一方で、PDCAサイクルによる検証によって、引き続き着実な展開を図るべき取り組みや、更に充実させるべき点が明らかになってきました。

このため、平成23年度は、龍馬ブームの追い風が弱まる中で、これまでに蓄積した仕組みやノウハウを土台として県勢浮揚の足掛かりをしっかりと築く、まさに「正念場の年」と位置付け、着実な成果につなげるための次の5つの柱を中心とした計画のさらなるバージョンアップを図り、挑戦を続けました。

〔ver. 3における改定の5本柱〕

- (1) 外商活動のさらなる展開を図るとともに、「ものづくりの地産地消」を抜本強化
 - ・「ものづくりの地産地消」に関する総合相談窓口の設置
 - ・工業技術センター食品加工研究棟を整備
 - ・「まるごと高知」を拠点にした外商活動の一層の促進 等
- (2) 「龍馬ふるさと博」を核としたポスト龍馬博の展開
 - ・「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催
 - ・広域ブロックごとに1泊以上滞在できる観光地づくりの加速化 等
- (3) 新エネルギーを産業振興に生かす
 - ・木質バイオマスの地域内循環利用システムの構築
 - ・企業誘致などによる太陽光発電機器関連産業の集積の推進
 - ・小水力発電関連機器の開発促進 等
- (4) 産学官連携の強化
 - ・産学官連携会議の設置
 - ・産学官共同研究に対する中期テーマ支援制度の創設
 - ・産業人材育成プログラムの構築 等
- (5) 地域産業の育成と事業化支援の強化
 - ・第1次産業と加工・観光などと組み合わせた「地域拠点ビジネス」の更なる推進
 - ・地域アクションプランの取り組みの地域への定着 等

Ⅱ 第1期計画（平成21～23年度）の総括

1 第1期計画の評価

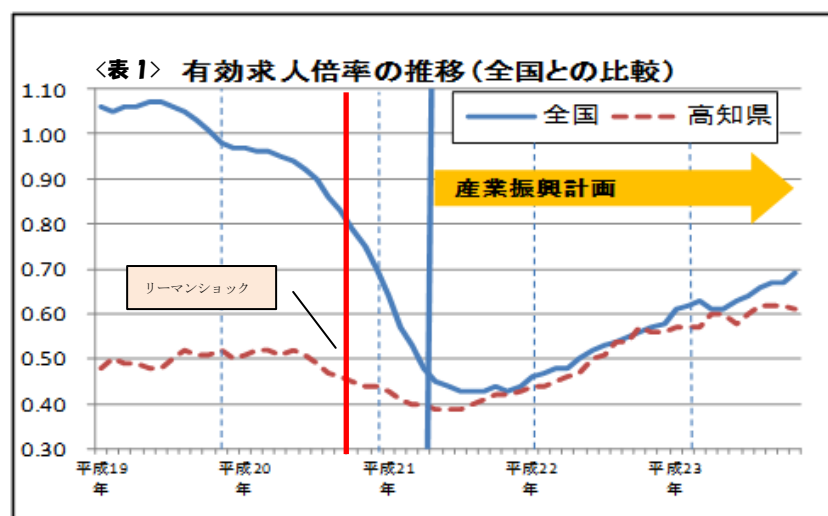
第1期計画は、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第1次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ挑戦」という3つの改革のための基本方向のもと、取り組みを進めてきました。

当初は、資本の蓄積や産業の集積が乏しく、財政状況も厳しい本県において、100年に1度の不況と言われたリーマンショックの影響など、かつてない極めて厳しい経済情勢の中での挑戦となりました。また、その後も、東日本大震災の発生や未曾有の円高などにより、計画で推進する外商活動や観光誘客、地域アクションプランなどの取り組みに、様々な影響を受けました。

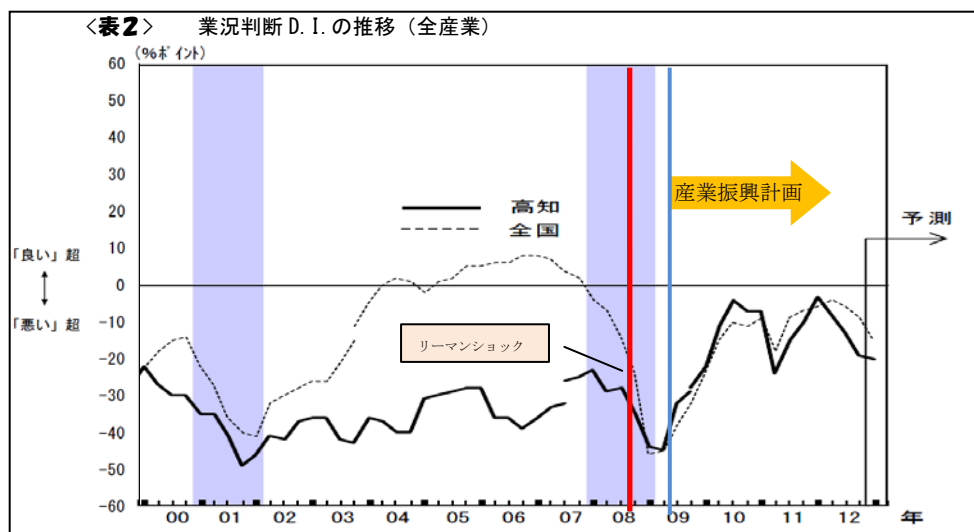
その一方で、国への積極的な政策提言などが功を奏し、生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことや、国の雇用対策事業が活用できたことは、計画を進めるうえで大きな推進力となりました。加えて、NHK大河ドラマ「龍馬伝」放送の効果も、計画推進の大きな後押しとなりました。

こうした逆風や追い風のある中での挑戦となりましたが、第1期計画全体を見ると、本県産業の進行に向けて積年の課題に立ち向かうための仕組みが整い、県内各地で官民一体となった新たな事業が数多く動き出したところであり、県勢浮揚への挑戦の第一歩としては、一定の成果を残せたと見る事ができるものと考えています。

また、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がったことは、今後に向けて大きな力になるものと期待されます。

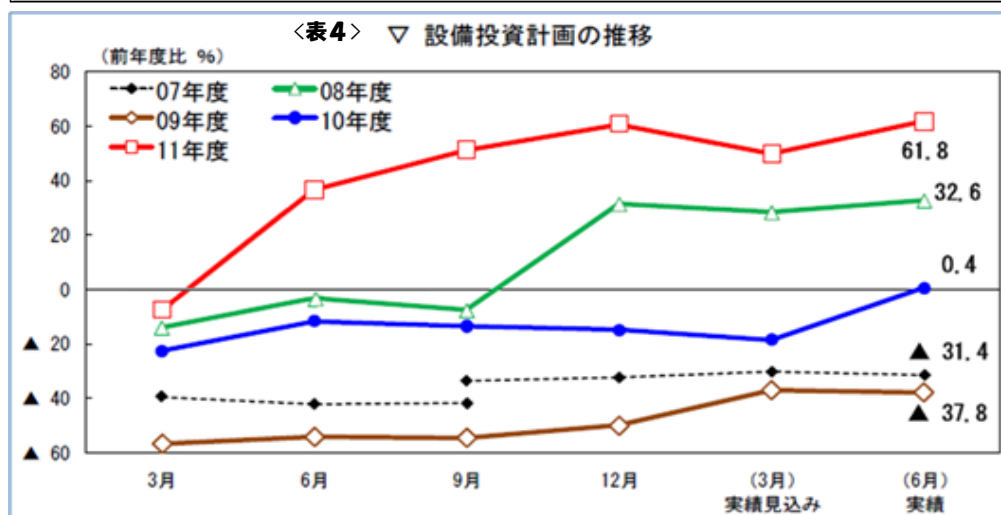
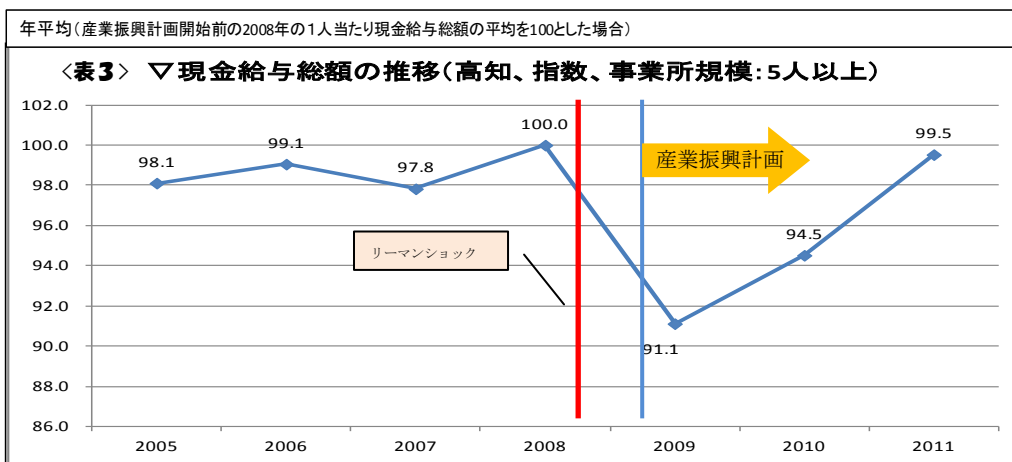


有効求人倍率(表1)や企業の業況判断D.I.(表2)の全国比較では、ここ数年全国の景気回復の波に乗れず低迷していたものが、産業振興計画の取り組みとともに全国的な動向に並んで



上昇に転じているほか、一人あたりの現金給与総額(表3)などが前年と比べてプラスに転じ、さらにこれまでになく設備投資(表4)に向けた意欲が高まるなど、本県の経済・雇用情勢にも明るい兆しが見え始めています。

一方で、県民の皆様が県勢浮揚を実感するまでの成果には至っておらず、また、これまで実行してきたからこそ明らかになった「乗り越えるべき課題」もあります。



以上の第1期計画の評価を踏まえて、これまでに動き始めた取り組みを軌道に乗せ、県勢浮揚に向けさらに飛躍できるよう、全県的な広がりや浸透をさらに図りながら、第2期計画で掲げた目標の達成に向けて取り組んでまいります。

《主な取り組みの成果》

■基本方向①「足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」(地産外商の推進)

「地産外商の推進」の母体となる一般財団法人高知県地産外商公社を平成21年8月に設立し、首都圏の外商活動の拠点となる「まるごと高知」を平成22年8月にオープン。名古屋事務所、大阪事務所の外商の取り組みも大幅に強化する中で、高知フェアや展示・商談会などの外商機会が、平成20年度の13件から平成23年度には129件と飛躍的に拡大しました。

公社の外商活動が本格化するにつれて、事業者の方々の外商活動も活発化し、新たにチャレンジする事業者の方々も着実に増えてきています。こうした取り組みを通して、商談の成約件数が平成23年度は1,327件と、その前年度の444件から大幅に増加するとともに、公社はもとより、県内事業者の方々に様々なノウハウが蓄積され、さらなる外商活動の展開に向けた足固めができました。

さらには、大消費地における販路拡大の挑戦により農産物や土佐材、土佐の魚いおの認知度が向上し、今後も取引の拡大が期待されます。

海外への挑戦については、本県に強みのあるユズを中心としたフランスやシンガポールでの認知度向上の取り組みや香港、台湾などでのフェアの開催などを通じて、食料品の輸出額が増加するとともに、新たに貿易に挑戦する実践者も広がりました。

▶まるごと高知の状況

平成23年度：売上高390百万円 来店者72.2万人

・テストマーケティング及び催事への参加(平成23年度)：92事業者211商品

▶フェア、展示・商談会の開催等

・高知フェアの開催、展示・商談会への出展(首都圏をはじめ、関西地区、中部地区など全国での開催件数)

平成20年度：13件 → 平成21年度：72件 → 平成22年度：111件

→平成23年度：129件

※上記のうち

・食の大商談会 2010、2011 での成約件数：のべ 122 事業者 210 件（平成 23 年 4 月～平成 24 年 3 月の間に成約した件数）

・スーパーマーケット・トレードショー2010、2011、2012 での成約件数

：のべ 57 事業者 289 件の成約（平成 23 年 4 月～平成 24 年 3 月の間に成約した件数）

※「スーパーマーケットで買いたい!フード 30 選」の中に、高知ブースから全国最多の 7 商品が選出(平成 23 年度)

⇒地産外商公社による仲介・あっせんによる成約件数

平成 22 年度：444 件 → 平成 23 年度：1,327 件

地産外商公社のプロモーション活動による広告効果：平成 22 年度：17 億円、

→平成 23 年度：23.3 億円

▶新たに貿易に取り組む企業（平成 21～23 年度合計）：24 社

▶国内外でのセミナーや商談会の開催等

・貿易促進コーディネーターによるサポート（平成 21～23 年度合計）：982 件

・伊勢丹シンガポールや香港そごう等でのフェアの開催（平成 22～23 年度合計）：10 回

・フランスでユズ賞味会の開催（平成 23 年度） → ユズ果汁注文：11.5 トン

・シンガポールの大手飲料メーカーへのユズ果汁の輸出（平成 23 年度）：9 トン

また、機械金属加工系などのものづくりに関しても、県外の主要な見本市への県ブースの設置や商談会の開催など、積極的な外商機会の確保に努めました。その結果、事業者の方々が積極的に外商機会にチャレンジし、新規の取引先の獲得や受注の拡大につながりつつあります。

▶見本市、商談会 平成 21 年度：6 回 参加者 82 社 2 団体 成約件数 291 件

→平成 22 年度：9 回 参加者 159 社 5 団体 成約件数 1,270 件

→平成 23 年度：12 回 参加者 123 社 成約件数 82 件

このように現れ始めた成果を踏まえ、外商の取り組みをさらに発展させていく必要がありますが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

○商品の競争力の強化を図るため、大都市市場と生産地間相互の情報交換をさらに活発化することが必要

○地理的なハンディを克服するための新たな物流の構築も必要（リードタイムの短縮・コストダウン・高鮮度流通等）

○海外においては、県産品の認知度が十分でなく、事業者にはハードルが高い状況。挑戦の継続・定着に向けて、他県との競争を勝ち抜く施策の強化が必要

■基本方向②「産業間の連携を強化する」(ものづくりの地産地消・食品加工・観光)

「ものづくりの地産地消」や「食品加工」の推進によって、付加価値を高める工程を県内で強化、拡大していく取り組みを進めるとともに、すそ野の広い観光産業の戦略的展開に取り組んできました。

【ものづくりの地産地消】

県内で必要とする加工や機械設備の製造等を県内事業者同士で行う「ものづくりの地産地消」の仕組みとして、「ものづくり」に関する総合相談窓口「ものづくり地産地消センター」を財団法人高知県産業振興センター内に設置し、相談・マッチング支援活動を行う体制を整えました。センターの設置後10ヶ月間で、218件の相談があり、マッチング活動を通して生産者と機械メーカーが連携して、新しい機械の試作開発を行うといった具体的な動きが出てきています。

また、試作機開発や企業立地の助成制度を拡充したほか、技術力を高める研修の充実や、食品加工研究棟の設置など、サポート体制も強化しました。

こうしたことにより、県内事業者同士で新たな付加価値を生み出そうとする取り組みを後押しするための仕組みが、本格的に動き出しました。

▶ものづくり地産地消センターでの相談・マッチング件数

相談件数(平成23年6月～平成24年3月末):218件

▶ものづくり技術展示会の開催(平成23年6月):来場者4,300人、出展事業者29事業者

▶県工業技術センター食品加工棟における試作品開発支援(平成23年度):48事業者のべ156回の利用

▶ものづくりの地産地消に係る試作機の開発支援(平成22～23年度合計):32件

▶技術研修の受講者(平成21～23年度合計):(機械・金属等)52コース1,230名

(食品加工)37コース1,123名

▶企業立地 平成23年度に全国トップクラスの支援策に拡充

このように現れ始めた成果を踏まえ、「ものづくりの地産地消」の取り組みによる経済波及効果をさらに大きなものにしていく取り組みが必要ですが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

- 経済効果を大きなものにするための県内事業者のさらなる参画が必要
- 県内の多様な「技術力の見える化」と商談機会の一層の拡大が必要
- 地場企業が将来にわたり競争力を保ち続けるための支援策の強化が必要

【食品加工】

本県の強みである第1次産業を生かし付加価値を生み出す取り組みとして、各地でユズやショウガ、ウルメなど、地域資源を活用した農水産加工が動き出し、雇用の創出や売上の増加といった効果が一部に現れ始めています。

また、試験研究機関との共同研究や技術支援、食品分野の研究会活動等により、酒類、グアバ飲料、栗加工品等の新しい商品が104件誕生するなど、食品加工の取り組みが活発化していることから、今後、事業の本格化に伴い、雇用の創出や売上高の増加につながることを期待されます。

▶県試験研究機関の技術支援等により、食品加工分野で91件が商品化（平成21～23年度合計）

▶食品分野の研究会活動への参加企業等 平成21年度：51 → 平成22年度：86

→ 平成23年度：102

3年間の研究会活動を通して13件が商品化

人材育成の面では、各種の人材育成研修を通して、地域産業を創造、リードする人材のビジネススキルや技術力のレベルアップが図られ、県外商談会への参加や研修受講者のネットワークを通じた新商品開発など、事業者の方々の積極的な活動となって現れつつあります。

また、食品加工を進めるうえで、基本となる生産管理の高度化や食品表示の適正化についても、食品加工施設の個別調査指導、生産管理高度化研修、食品表示のワンストップ相談窓口の設置などにより、事業者の方々の意識も高まっています。

▶食品加工技術研修の受講者（平成21～23年度合計）：37コース1,123名

▶目指せ！弥太郎 商人塾(実践・応用編)の受講生(平成22～23年度合計)：37業者

▶適正表示の支援：平成22年度 266件、高度化研修（12講座）受講者：422人

平成23年度 430件、高度化研修（20講座）受講者：580人

このような成果が現れ始めてはいますが、これを地域経済全体の底上げにつなげていくには、まだ多くの事業は規模が小さく、広がりも十分とは言えません。また、少量・多品種で供給が不安定な原材料が多いといった問題もあります。こうしたことを踏まえ、これまで成果として芽生えた事業を定着させ、一層発展させていくとともに、新たな事業展開に挑戦する事業者を増やしていく必要がありますが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

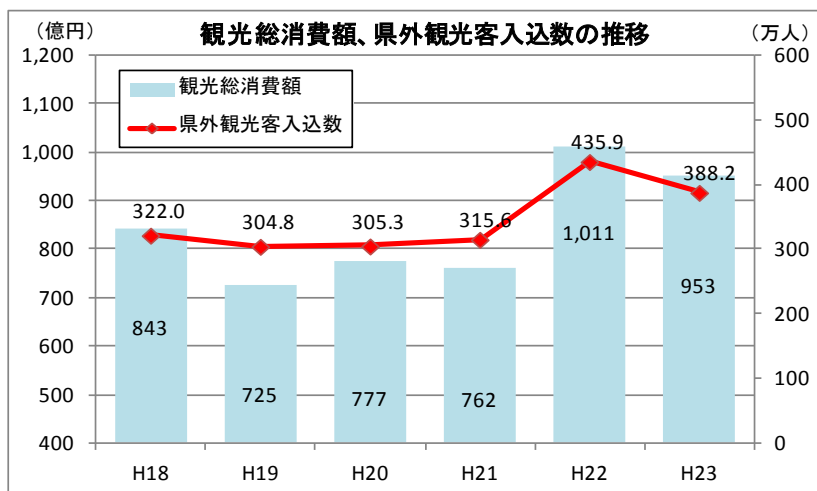
《乗り越えるべき課題》

- 民間の新たなチャレンジを促していくための仕組みの構築が必要
- 加工を目的とした原材料の生産から、加工、流通、販売までの大規模な仕組みの構築が必要
- 全国との取引を拡大するための「信用の見える化」(ISO, HACCP 等) が必要

【観光】

すそ野の広い観光産業の戦略的展開については、大河ドラマ「龍馬伝」の追い風を最大限に生かすため、「土佐・龍馬であい博」を産業振興計画のリーディングプロジェクトとして、官民一体となった広報や誘致活動、観光地づくりに取り組んだ結果、「400万人観光、1千億円産業」の目標を上回る435.9万人、1,010億円を達成し、雇用の創出や大きな経済波及効果をもたらし、本県経済に大きく貢献しました。

また、懸念された大河ドラマ終了後の観光客の反動減も、「志国高知 龍馬ふるさと博」などの対策が功を奏し、一昨年に次ぐ歴代2位の388.2万人の県外観光客入込数となりました。



▶**県外観光客入込数**

平成 19 年：304.8 万人→平成 22 年：435.9 万人→平成 23 年：388.2 万人

▶**県内観光客の県内観光総消費額**

平成 19 年：725 億円→平成 22 年：1,011 億円→平成 23 年：953 億円

▶**「龍馬伝」放送による経済波及効果 535 億円（日銀高知支店調べ）**

この間、各地でまち歩き観光や自然を生かした様々な体験プログラムが生まれるとともに、市町村の枠組みを超えた広域観光を推進する地域コーディネート組織も新たに設立されました。

▶**体験型観光アドバイザーによる研修会（平成 21～23 年度合計）：20 回、2,644 名参加**

▶**観光ガイド団体の増加 平成 20 年度：15 団体 346 人 → 平成 23 年度：28 団体 583 人**

さらには、室戸ジオパークや海洋堂ホビー館四万十といった全国からの誘客が期待できる新たな観光資源も誕生しています。こうした動きにより、本県観光がさらに飛躍していく可能性が広がったところです。

▶**室戸ジオパーク 室戸岬ガイド利用者（平成 23 年 9 月～平成 24 年 3 月末）**

：4,404 人（前年比 7.4 倍）

▶**海洋堂ホビー館四万十 入館者数（平成 23 年 7 月～平成 24 年 3 月末）：76,720 人**

このように現れ始めた成果を踏まえ、今後は、これまで培ってきた県内外の人とのつながりといった財産を最大限に活用し、博覧会がなくても全国に通用する観光地づくりを行っていく必要があります。

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《**乗り越えるべき課題**》

- 全国に通用する持続可能な観光地づくりが必要（地域の核となる拠点づくり＋周遊コースの形成＋旅行商品化）
- 本県の認知度を高めるための国内外への情報発信の強化が必要
- 地理的なハンディ（移動時間、移動料金等）を克服するための魅力づくりが必要

■基本方向③「足腰を強め、新分野へ挑戦」（第1次産業・新産業の創出・企業立地の推進・新エネルギー）

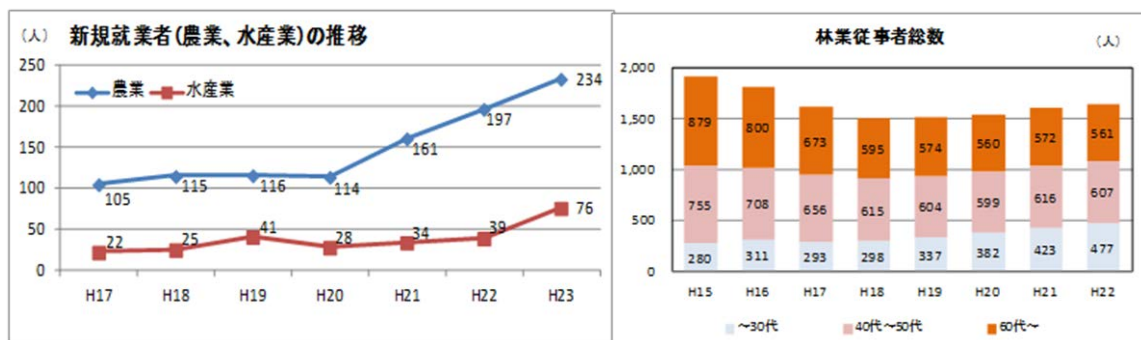
第1次産業の強みを維持していくため、生産地の強化や担い手の育成、そして、新たな強みを見出すための新産業創出などに取り組んできました。

【第1次産業】

第1次産業においては、全体的な傾向としては、担い手の減少や高齢化が進んでいる状況にありますので、担い手の確保が共通する課題となっています。

<過去5年間の就業者人口減少数（農業：平成22年度まで△6,006人、漁業：平成20年度まで△919人）>

このため、研修などによる技術の修得支援、研修期間中の給付金や研修手当の支給、レンタルハウスや漁船のリースなどによる初期投資の軽減など、各段階に応じたきめ細やかな支援策を講じたところ、次代を担う若い世代などの新規就業者が徐々に増加し、林業分野では全体の従事者数の増加につながるなど、明るい兆しも見えています。



また、各分野の個別の取り組みとしては、農業分野では、産地の強化策や積極的な販促活動などにより、産地のまとまりの形成や高知野菜の認知度の向上が図られつつあります。

- ▶ I P M技術のマニュアル化 平成20年度：5品目 → 平成22年度：11品目
- ▶ こうち型集落営農組織 平成20年度：10組織
→ 平成23年度：17組織（うちモデル集落 16組織）
- ▶ 集落営農組織数（準じる組織を含む） 平成20年度：125組織 → 平成23年度：164組織
- ▶ 学び教えあう場の設置 平成20年度：123ヶ所 → 平成23年度：181ヶ所
- ▶ パートナーシップ店でのフェア開催（平成21~23年度合計）：165回
同店消費者の県の取り組み認知度 平成22年6月：8% → 平成24年2月 21.5%
- ▶ 県内緑茶消費量の県内産のシェア 平成19年度：48% → 平成23年度：62%
- ▶ 県内外での畜産物の新規取扱店舗の開拓（平成21年度~平成23年度）：
土佐あかうし 78店舗、窪川ポーク米豚 56店舗、土佐ジロー33店舗、土佐はちきん 170店舗

林業分野では、森の工場や外商の拠点の整備、さらにはバイオマスボイラーなど新エネルギー普及に向けた取り組みが進展しています。また、新たな大型製材工場が平成 25 年度早期の操業に向けて本格的に動き出しており、これを起爆剤として、本県の成熟した森林資源をダイナミックに活用することが期待されます。

- ▶ 森の工場 平成 20 年度:61 工場 45 事業体 23,483ha → 23 年度:103 工場 62 事業体 44,407ha
- ▶ 間伐面積（平成 21～23 年度合計）: 32,451ha
- ▶ 大消費地に土佐材の流通拠点を 10ヶ所設置し外商活動を展開
- ▶ 戸建住宅の木造率 平成 20 年: 82.8% → 平成 23 年: 86.3%

水産業分野では、地産地消・地産外商の活動や、産地と県外の消費地市場とのネットワークづくり、カツオ一本釣用活餌の供給開始などの取り組みによって、浜値の向上や水揚げの増加などの成果が現れ始めています。

- ▶ 高知県漁協がキンメダイを主体に神戸、京都等への試験出荷を開始
- ▶ 水産物の大消費地市場(大阪、名古屋、築地)と県内産地市場との交流会の開催
(平成 21～23 年度合計) : 計 8 回
- ▶ 黒潮町佐賀でカツオ一本釣用活餌供給開始 : 水揚げ量 平成 21 年度 (供給前) : 45t
→ 平成 23 年度 : 208t
- ▶ 漁村での滞在型・体験型観光 (主要な 5 地区での体験者数) : 平成 18 年～平成 20 年 : 15,759 人
→ 平成 21 年～平成 23 年 : 18,814 人

このような成果が現れ始めた一方で、第 1 次産業の生産基盤が弱体化する傾向を大きく改善するまでには至っていませんので、さらに、取り組みを強化していく必要があります。そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

農業分野

- 高度な生産技術の普及やこうち型集落営農（周年化、関連産業の育成）などによる所得向上に向けた取り組みのさらなる推進が必要
- 法人化など担い手の経営強化と雇用拡大が必要

林業分野

- 競争力を保つための設備の更新さえもままならない状況の改善が必要
- 成熟した森林資源をダイナミックに活用する仕組みづくりが必要

水産業分野

- 水産物の生産（養殖漁業、種苗生産）や加工、流通過程におけるさらなる民間活力の導入が必要
- 高鮮度流通、リードタイムの短縮、コストダウンなどを実現するための新たな物流の構築が必要

【新産業の創出・企業立地の推進】

新産業の創出に向けては、成長が期待される食品、天然素材、環境、健康福祉、コンテンツの5つのテーマで研究会を設置し、年々、参加者が増加する中、情報交流や事業者のマッチング支援、事業化プランの検討などが進められています。3年間の研究会活動を通して認定された39件のビジネスプランの中から、高齢者用の軟化食や感染症の防疫用消毒マットなどの新たなビジネスが動き出し、雇用の創出や売り上げが増加するといった成果も見え始めています。

また、継続的な企業誘致活動と全国トップクラスに引き上げた立地促進制度の活用により、30件の企業立地が実現し、フル操業時には1,079人の新規雇用が見込まれるなど、産業の厚みを増すことにつながっています。

- ▶参加企業・支援機関数 平成21年度：160 → 平成22年度：203 → 平成23年12月：247
- ▶認定された39の事業化プランのうち、32件が事業化（残り7件も事業化に向けて準備中）
⇒雇用効果29名、売上累計高3.3億円
- ▶高知県ソーシャルゲーム企画コンテストによるゲーム化 平成24年1月配信開始
- ▶30件の企業立地が実現（平成21～23年度）
⇒フル操業時の新規雇用1,079人、出荷額245億円の増

今後は、こうした取り組みをさらに強化するとともに、南海地震などの自然災害への備えを進める観点も視野に入れた新たな産業を生み出す活動を、より大きな動きにつなげていく必要があります。

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

- 研究会活動による事業成果をより大きなものとする必要がある
- 防災関連産業の振興が必要<防災分野のものづくりの地産地消・外商の支援、産学官連携、県内の製品や技術の行政調達の促進>
- 産学官のネットワークの強化が必要<さらに太く、強く>

【新エネルギー】

本県は、全国一の森林率を誇る豊富な森林資源をはじめ、トップクラスの日照時間や年間降水量など、全国でも優位な新エネルギーの資源を備えており、こうした強みを産業振興に生かす取り組みを進めています。

木質バイオマスの本格的な普及に向け、施設園芸等を対象に、コンパクトなエリアで木質バイオマスの需要と供給が循環する仕組みづくりを行うとともに、バイオマス発電の検討を進めています。また、太陽光や小水力、風力による発電の本格的な導入に向けた検討も始めています。

- ▶木質バイオマスボイラーの導入台数（累計）平成 20 年度以前：21 台 → 平成 23 年度末：144 台
- ▶木質バイオマスエネルギーとしての利用 平成 19 年度：97,000t → 平成 22 年度：133,000t

「再生可能エネルギー特別措置法」の制定による電力の固定価格買取制度が始まるなど、全国的に新エネルギー導入に向けて条件整備が進んできています。こうした追い風を受けて、新エネルギー関連産業を本県の強みを生かした新たな産業分野として確立していく必要があります。

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

- 恵まれた新エネルギー資源を県内で活かすための地域参画型の推進体制の構築が必要
- 木質バイオマスの初期導入コストの低減と安定供給体制の確立が必要

■地域にある強み（資源）を生かす＜地域アクションプラン＞

地域アクションプランの取り組みに対しては、県内7つの地域に置いた産業振興推進地域本部を中心に、ソフト、ハードの施策を組み合わせ、生産の強化から販売の拡大まで一貫した支援を行ってきました。

その結果、各地でユズやショウガ、うるめなど、地域資源を活用した農水産加工の取り組みが大きく前進するとともに、「まるごと高知」を通して、外商に挑戦し、都会の消費者に認められ、県外で販路を広げる例も増えてきました。

また、地域の観光資源の磨き上げにより、各地でまち歩き観光や自然を生かした様々な体験プログラムが生まれるとともに、室戸ジオパークや海洋堂ホビー館四万十といった全国からの誘客が期待できる新たな観光資源が誕生するなど、本県観光の魅力が高まり、目標とした400万人観光、1,000億円産業の実現に貢献しました。

▶地域アクションプランによる雇用の創出：623人（第1期計画期間を通しての雇用増数）

▶総合補助金活用実績（平成21～23年度）

：のべ138事業 総事業費5,597百万円（県補助金額：2,073百万円）

○事業者内訳

民間・・・・・・・・・・ 25(18.1%)
市町村、三セク、公社・・ 39(28.3%)
地域団体等・・・・・・・・ 74(53.6%)

○分野別件数及び県補助金額

農業・・・・・・・・ 41件(29.7%) 763百万円
林業・・・・・・・・ 11件(8.0%) 64百万円
水産業・・・・・・ 21件(15.2%) 217百万円
商工業・・・・・・ 25件(18.1%) 427百万円
観光・・・・・・・・ 29件(21.0%) 316百万円
地域拠点ビジネス・・・・ 11件(8.0%) 286百万円

※「地域拠点ビジネス」とは、地域の中核となる組織を核にした加工、直販、農作業の受委託等の多角的な事業

経済効果：平成21～22年度に総合補助金を導入した76事業のうち、売上高により補助事業の効果を測ることが適当と判断される事業（決算の時期により現時点で平成23年度の売上高が把握できない事業を除く）58事業の売上高の増減合計

⇒平成22年度 約6.1億円/年の増 [35事業計]

平成23年度 約14.5億円/年の増 [58事業計]（いずれも事業実施前との比較）

＜地域アクションプランの項目数の推移＞

[件]

年度/地域	安芸	物部川	高知市	嶺北	仁淀川	高幡	幡多	計
H21当初	34	22	37	18	35	38	37	221
H21最終	34	22	37	18	35	38	38	222
H22当初	35	22	38	23	36	37	47	238
H22最終	37	22	38	23	38	37	45	240
H23当初	34	22	32	24	38	37	41	228
H23最終	33	22	32	24	38	37	41	227

※3年間（H21～23）で新たに36プランを追加（プランの動きについては、分割・統合・削除があるため全体の増減数と追加数は一致しません）

このことにより、地域での雇用や経済効果につながるなど、成果を伴う取り組みも現れ始めましたが、こうした取り組みが継続的に生まれ、地域の基幹産業として根付き、地域経済全体の底上げにつながる大きな動きとなるためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

- 動き出した事業を軌道に乗せていくための継続的な取り組み、支援が必要
(ソフト・ハードの各種支援策を総動員)
- より大きな事業、より多くの雇用を生む事業の展開が必要
 - ⇒ 地域外、他産業との連携も意識したダイナミックな取り組みへのサポート
 - ⇒ 民間の力が縦横に発揮されるための仕組みの充実・強化
- 地域の観光資源を点から線、線から面につなげて売り込むための体制づくりが必要
- 民間の方々の参画を一層促進するため、計画のさらなる周知・徹底が必要
- 現場実態に即した制度の改正が必要（民間のスピード感への対応等）

《参考資料① 産業成長戦略の各施策の個別評価》

産業振興計画の目指す成果は、本県の産業全体の底上げにあります。

その評価は前述のとおりですが、こうした計画全体の成果は、まずは個々の施策が着実に進むとともに、関係の皆様のご努力の中で、相互に組み合わせたり、相乗効果が発揮されてこそもたらされるものです。

このため、個々の施策の結果が必ずしもそのまま全体の成果となるわけではありませんが、基礎を形づくるものとして個々の施策の数値目標に対する実績や到達度などの進捗度合いを見ていくことも重要です。

こうした観点から産業成長戦略の個々の施策の進捗状況を評価すると以下のとおりです

(注) 第1期計画では、「地産外商公社の立ち上げ」や「ものづくりの地産地消の仕組みづくり」など、新しい仕組みをゼロから創り上げるために、準備に時間を要するものも多くあり、そうしたものは、アウトカム(成果)目標を設定できていないものもあります。

このため、第1期計画の評価は、アウトカム(成果)だけでなく、インプット(講じた手立て・投入量)により具体的に現われたアウトプット(結果)の状況も含めて、評価の基準としています。

(インプットの例) 展示商談会の開催：●回

(アウトプットの例) 展示商談会への参加事業者：●事業者

(アウトカムの例) 展示商談会による成約件数：●件、成約額：●●億円

【評価基準】

	数値目標の設定のあるもの	数値目標の設定のないもの
S	<ul style="list-style-type: none"> 数値目標を達成した(又は達成する見込みがある)もの 数値目標を達成できない(又は達成する見込みがない)が、課題を解決し得る著しい成果があったもの 	<ul style="list-style-type: none"> 目指すべき姿として掲げた短期的な視点を実現するに足りる著しい成果があったもの 課題を解決し得る著しい成果があったもの
A	<ul style="list-style-type: none"> 数値目標を達成できない(又は達成する見込みがない)が、課題の解決につながる一定の成果があったもの 	<ul style="list-style-type: none"> 目指すべき姿として掲げた短期的な視点の実現につながる一定の成果があったもの 課題の解決につながる一定の成果があったもの
B	<ul style="list-style-type: none"> 成果の兆しがあり、今後、課題の解決につながる成果が期待できるもの 	<ul style="list-style-type: none"> 成果の兆しがあり、今後、目指すべき姿として掲げた短期的な視点の実現につながるに足りる成果が期待できるもの 成果の兆しがあり、今後、課題の解決につながる成果が期待できるもの
C	<ul style="list-style-type: none"> 対策による成果がほとんど見られなかったもの 	<ul style="list-style-type: none"> 対策による成果がほとんど見られなかったもの

◎ 4段階評価の結果

施策数	S	A	B	C
420	89	283	46	2

《参考資料② 地域アクションプランの成果等》

《取り組みごとの特徴》

【食品加工の取り組み】

- 地域資源を活用した農水産加工の取り組みが大きく前進
 - ・農産加工：ユズ茶、米粉、四方竹、ショウガや文旦の飲料、こだわり野菜の加工品、直七の調味料等
 - ・水産加工：かまぼこ、シイラ、うるめ、サバ、養殖魚等

【地産地消・地産外商の取り組み】

- 直販所の機能強化・新設
 - ・高知市内へのアンテナショップの新設及び道の駅布施ケ坂の機能強化（津野町）
 - ・道の駅めぐり窪川の機能強化（四万十町）
 - ・観光物産館おち駅の新設（越知町）
 - ・アンテナショップてんこすの新設（高知市）
 - ・かつぱ市の機能強化（芸西村）
 - ・田野駅屋の機能強化（田野町） 等
- 県内での商品の発掘・磨き上げ、外商活動に挑戦

【魅力ある観光地づくり】

- 県内の観光資源の磨き上げによる魅力の高まり
 - ・室戸ジオパーク、モネの庭、森林鉄道遺産、中岡慎太郎館、土佐っ歩、海洋堂ホビー館 等
- 地域に根差した体験メニューの育成
 - ・イルカとのふれあい体験、サゴウウォッチングやシーカヤック、仁淀川カーラフティング、ドラゴンコース、農業・漁業体験、森林セラピーロード、かつおのたたきづくり 等

【多角的なビジネスの展開】

- 中山間地域の活性化につながる地域資源を活用した多角的なビジネスが進展
 - ・本山町特産品ブランド化未来創造構築事業
 - ・津野町地域資源「ふる」活用ビジネス事業
 - ・四万十町拠点ビジネス体制整備事業
 - ・地域資源を統括したプログラム構築によるしみずの元気再生事業
 - ・果樹（ユズ）・露地野菜の産地づくりによる三原村農業所得安定向上支援事業
 - ・大月まるごと販売事業 など
- その他の特徴的な取り組み
 - ・薬用作物（大手製薬会社での漢方薬製造の原料となる薬用作物の産地育成）
 - ・土佐はちきん地鶏（県内での生産拠点の展開により新しい地場産業を目指す）
 - ・土佐備長炭（新たな共同窯・研修窯の設置による生産量の拡大、新規生産者の養成）
 - ・農家レストラン（地産地消、安全安心を背景に生産者と消費者をつなぐ仕組みとして構築）
 - ・「かつお」まるごと商品開発プロジェクト（かつおを加工・商品化し、新たな「食」ビジネスを展開） 等

《効果》

【雇用の受け皿、売上高等経済効果】

- 地域アクションプランによる雇用の創出
 - 623人（第1期計画期間を通しての雇用増数）
- 総合補助金活用事業の効果
 - 平成21～22年度に総合補助金を導入した76事業のうち、売上高により補助事業の効果を測ることが適当と判断される事業（決算の時期により現時点で平成23年度の売上高が把握できない事業を除く）58事業の売上高の増減合計
 - ⇒平成22年度 約6.1億円/年の増[35事業計]
 - 平成23年度 約14.5億円/年の増[58事業計]
 - （いずれも事業実施前との比較）

【産地と一体となった企業の取り組み】

- ・定置網で獲れた低価格魚の加工（水産物加工会社⇔県漁協）
- ・土佐文旦のリキュール等（酒造会社⇔JAとさし）
- ・芋菓子の加工食品（芋菓子加工販売会社⇔芋生産者の協議会）
- ・木質系猫砂の製造（大手ペット用品会社⇔木材事業者、茶業組合）
- ・地域産品を活用した冷菓等（冷菓等製造販売会社⇔ユズ、トマト等の生産事業者）
- ・シイラの加工食品（練り物加工会社⇔漁業者の企業組合）
- ・宿毛湾の水産物加工（県外大手飲食店⇔すくも湾漁協） 等

【全国・世界基準に挑戦】

- ・室戸ジオパークの世界ジオパークの認証
- ・ブランド米「土佐天空の郷」のお米日本一コンテスト最優秀賞
- ・世界的に有名な海洋堂との連携によるフィギュアのミュージアム整備

【地域ブランドの確立へ】

- ・ごめんケンカシャモ（南国市）
- ・四方竹（高知市）
- ・米粉（嶺北地域全域）
- ・シュガートマト（日高村）
- ・宇佐の一本釣りうるめ（土佐市）
- ・さかわの地乳（佐川町）
- ・カツオ商品（中土佐町）（黒潮町）
- ・津野山産原木しいたけ（梶原町・津野町）
- ・直七（宿毛市） 等

2 今後の展開（さらなる飛躍に向けた挑戦）

○ 実行3年間の取り組みでは、前述したような成果が出始めており、今回の総括により、改めて、本県経済の根本的な課題を解決し、県勢浮揚を成し遂げるために、3つの基本方向によって進めてきたことが間違いなかったことを確認できました。

一方で、その成果は、まだ一部にとどまっており、また、これまで実行してきたからこそ明らかになった「乗り越えるべき課題」もあります。

○ このため、第2期計画は、次の3つの視点を持って、第1期計画をさらに進化させました。また、各産業分野に共通する方向として「産業人材を育てる」を新たに加えて整理した5つの基本方向により、強力に推進していくこととしました。

【3つの視点】

- ①これまでの取り組みによって、地産外商をはじめ、観光、ものづくりの地産地消など動き出した数々の事業の定着と、さらなる成長・発展を目指す。
- ②本県産業が長期にわたって成長し、発展を続ける礎を築くことができるよう、防災関連産業や新エネルギー産業の振興など、将来に大きな可能性を秘めている分野に挑戦し、より大きな動き、大きな産業を目指す。
- ③地域アクションプランのさらなる推進や、中山間対策を抜本的に強化することで、より多くの県民の皆様が産業振興の取り組みの実践者として参画いただき、その経済効果を地域地域に広げていく。

【改革のための基本方向】

《第1期計画》

- ①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- ②産業間の連携を強化する
- ③足腰を強め、新分野に挑戦

《第2期計画》

- ①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- ②産業間の連携を強化する
- ③足腰を強め、地力を高める
- ④新たな産業づくりに挑戦する
- ⑤産業人材を育てる

○ 第2期計画の推進にあたっては、より明確なアウトカム（成果）目標を掲げ、今まで以上に官民が協働して取り組むとともに、PDCAサイクルを一層徹底してまいります。今後、第2期計画のもと、さらなる飛躍に向けた挑戦を続け、県経済の活性化を目指します。

Ⅲ 第2期計画の改定

1 第1次改定（平成25年3月）の詳細

6つの基本方向に向けて、各種の取り組みを進めるため、次の5つのポイントを中心に計画の改定を行います。

【5つの改定のポイント】

- 1) 移住促進策の抜本強化 ～移住の促進により、地域や経済を活性化～
- 2) 力強い第一次産業の確立と地産外商の Next Stage に向けた展開
～魅力ある農林水産物や加工品を全国・海外に～
- 3) 力強いものづくり産業への体質強化
～ものづくりの地産地消のさらなる徹底や震災に強い産業基盤づくりなどにより、本県製造業の競争力を強化～
- 4) 地域が主体となった観光振興の展開と戦略的な誘客活動の一層の推進
～400万人観光、さらにその先の435万人観光を目指して取り組みをステージアップ～
- 5) さらなる実践者の広がりの実践力の向上に向けた産業人材の育成強化
～全国一学びの機会が多い県を目指して～

以下、5つの改定のポイントについて、それぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

移住促進策の抜本強化

（改定の背景）

本県は、全国に10年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、産業振興計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めています。

県が行った試算からは、移住による経済波及効果等が一定見込まれており（※）、また、本県には移住希望者に対し訴求できる強みがあること、さらには、全国的な背景から移住に関する環境が変化してきたことなどを踏まえると、移住の促進は、地域の人材確保だけでなく、本県経済の活性化の面からも、大きな効果をもたらすものと考えられます。

このため、全国的な少子高齢化の進展を脅威と捉えるのではなく、将来にわたっての持続的な発展を実現する機会と捉え、課題先進県として課題に真正面から向き合い、本県の「産業振興」「健康長寿県づくり」「中心部の賑わいづくり」「中山間対策」などを有機的に結び付け、移住促進策を強化することによって、経済活性化に繋げる仕組みづくりを、市町村とのさらなる連携のもと官民一体となって取り組んでいきます。

また、全国に10年先行して高齢化が進展する本県と、大都市圏との高齢者人口のピークの違いを捉え、大都市圏からリタイアメント層等を本県に呼び込むためのソフト、ハードの施策を、高知市中心市街地をモデルに検討していきます。

※夫婦50組(100名)が大都市圏等から高知市に移住(夫婦同年齢で60歳時に健康状態)した場合、65億円の経済波及効果

(改定のねらい)

市町村とのさらなる連携強化のもと、移住促進策を抜本強化し、高知ファンや移住に関心のある方を広げ、本県への移住に結び付けることで、地域の活性化と経済の活性化に繋げていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ① 広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信
 - ・高知県をPRするコンセプトコピー・プロモーションビデオの制作 など
- ② 移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信
 - ・移住ポータルサイトの魅力UPと訪問者の増加対策
 - ・各種メディアを通じたアクティブな情報発信(ターゲット別のプロモーション)
 - ・「仕事」「住む場所」「趣味」の3つのコンテンツを組み合わせた「幸せ移住パッケージ」を作成・提供 など
- ③ 関心から行動へと促すための情報や機会の提供
 - ・移住・交流コンシェルジュの体制強化 など
- ④ 不安を解消してもらうサポートの充実
 - ・官民協働による「(仮称)移住推進協議会」を設立
 - ・住まいや暮らしをサポートする「専門相談員」「地域移住サポーター」の配置
 - ・シェアオフィスの整備 など
- ⑤ 地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実
 - ・専門相談員の配置によるフォローアップ など

【次なる展開の検討】

- 中心市街地での移住促進策の強化に向け、高知市及び経済団体とともに具体策を検討

改定のポイント 2

力強い第一次産業の確立と地産外商の Next Stage に向けた展開

(改定の背景)

本県の第一次産業は、農業や漁業の就業者の減少、販売価格の低迷といった厳しい環境に加え、大消費地から距離が遠いというハンディを抱えています。

こうした中、第1期計画の取り組みによって明るい兆しも見え始めており、第2期計画では、生産高のアップを目標に掲げて挑戦しています。

食品加工の分野では、地域アクションプランなどにより、地域資源を活用した新たな加工品づくりが進んでいますが、県外・海外との競争に打ち勝つためには、生産段階からの加工産業の一層の拡大と高付加価値化を進めていく必要があります。

外商面では、挑戦する事業者が着実に増え、販路も広がってきていますが、まだ、一事業者あたりの成約額は少ない状況にあります。

こうした課題を克服するため、さらなる挑戦を続けていく必要があります。

(改定のねらい)

農林水産業や食品加工品分野において、高品質で高付加価値なものづくりや、品目を横断した戦略的なプロモーション活動をもう一段高いレベルで展開することで、さらなる販路の拡大と成約アップを図り、より大きな動き、骨太なものに押し上げます。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ① 第一次産業を支える新たな担い手や規模拡大
 - ・農地集約化の管理経費や園芸用ハウスの整備を支援（新規就農者をトータルにサポート）、レンタル畜産施設等の整備 など
- ② 市場のニーズに応えられる生産から流通・販売までを見通した足腰の強い生産地づくり
 - ・こうち新施設園芸システム（炭酸ガス供給装置、ハウス内環境測定器等）の普及の加速
 - ・養殖魚の地産外商の推進（養殖産地との交流ツアーの実施など）、県産水産物の統一ブランドの確立
 - ・木質バイオマス発電施設の整備への支援 など
- ③ 食品加工の実践者へのステージに応じた支援と生産管理高度化の推進
 - ・県内大学を核とした生産管理高度化研修等の実施
 - ・高品質系スーパーや業務メニュー開発企業と連携したマーケットイン型の商品づくりを支援 など

④さらなる定番拡大に向けたエリア別の地産外商戦略の展開

- ・(首都圏)地産外商公社のプロモーション部門と外商部門の体制強化
- ・(中部)中京メディアとのネットワークづくりとプロモーションの実施
- ・(関西)展示・商談会への出展拡充と高質系スーパーとの連携強化
- ・(中国・九州)卸業者を対象とした商談会の開催
- ・(高知)フェイスブック等を活用した「e コマース」の構築

⑤本県に優位性のあるユズを中心にした他県をリードする海外展開

- ・欧州横断ユズプロモーション、豪州ユズ賞味会、米国・シンガポール等での展示・商談会などの実施

改定のポイント3

力強いものづくり産業への体質強化

(改定の背景)

本県は、産業集積が乏しいことに加え、毎年 5,000 人を超える生産年齢人口が減少しており、製造業における出荷額は、平成7年をピークに減少傾向にあります。

こうした状況に歯止めをかけ、再び元気を取り戻すために、産学官が連携し、ものづくりの地産地消、新たな技術や製品の開発、防災関連産業や新エネルギー関連産業の創出などに挑戦しています。

こうした取り組みを通して、新たな機械製品が誕生し県外企業との商談が成立するなど、明るい兆しが見え始めていますが、本県を取り巻く環境は依然として厳しい状況にあることから、中長期的な視点に立った力強いものづくり産業を目指して、さらなる挑戦を続けていく必要があります。

(改定のねらい)

産業の厚みを増す「企業立地」や震災に強い産業基盤づくり、動き出した「防災関連産業」、「ものづくりの地産地消」、外商などをさらに強力に推進し、力強いものづくり産業への体質強化を図ります。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ①新想定を踏まえた高台への団地開発の加速化(4年後の開発目標 20ha の前倒し)
 - ・香南工業団地の早期完成と新たな工業団地開発の推進、継続的な適地調査の実施
- ②他県との競争力を確保するための企業立地推進策・設備投資誘発策の強化
 - ・ものづくり企業の誘致強化(雇用奨励金の創設、補助限度額のアップ)、事務系職場(コールセンター等)の誘致強化(補助制度の創設など) など
- ③産学官連携による新たな産業の育成を強化
 - ・産業振興に繋がる共同研究への支援強化(中期テーマの実現と新規テーマの採択・支援) など
- ④成長分野研究会発等の有望なプランの成長を後押しする支援の強化
 - ・有望なプランへのパッケージ支援(設備投資への助成の拡充、販路拡大支援、人材支援)
 - ・ビジネスの立ち上がり期への支援強化(事業育成支援金、ハンズオン支援事業の創出)など
- ⑤防災関連産業を大きなビジネスに育てるための施策の拡充
 - ・防災製品開発アドバイザー等の配置、全市町村での公的調達制度の創設支援、県外の展示会への出展機会の拡大 など
- ⑥外貨の獲得に向けた地産外商のさらなる強化
 - ・高知県産業振興センター外商支援部の機能の拡充、県外の展示会への出展機会の拡大

改定のポイント4

地域が主体となった観光振興の展開と戦略的な誘客活動の一層の推進

(改定の背景)

官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験観光プログラムが誕生し、観光キャンペーン「リョーマの休日」を通して、さらに本県観光のポテンシャルが高まっています。

第2期計画で新たに取り組んでいる地域観光の担い手育成など一連の地域観光の取り組みや、高速道路の延伸をきっかけに、地域博覧会の主体的な企画の発案に結びつくなど、地域の観光振興に対する意識も高まっています。

高知を舞台としたドラマの放送や映画の公開など本県の露出を拡大させる絶好の機会を活かし、本県への誘客に結びつけていく必要があります。

(改定のねらい)

400万人観光、さらにその先の435万人観光を目指して、地域コーディネート組織を中心に、地域が主体となった自律的な観光を推進し、本県観光の底上げを図るとともに、よりターゲットを明確にした戦略的な誘客活動を展開します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①地域が主体となった観光振興の取り組みの促進

・観光資源のさらなる発掘・磨き上げ、広域観光組織等の地域コーディネート機能の強化、地域が主体的に開催する大規模イベントの支援、エリアキャンペーンの実施 など

②ターゲットを明確にした効果的な広報・セールス活動の展開

・個人旅行を意識した旅行会社へのセールス活動の強化、近隣県へのイベント情報の発信による週末型の観光客の呼び込み など

③おもてなしの向上によるリピーターの促進

・おもてなしタクシーの利用促進、おもてなしトイレの拡充 など

④本県の優位性を活かしたスポーツツーリズムの推進

・プロスポーツの誘致、アマ合宿・大会の誘致、スポーツイベントの実施

⑤東アジアを中心とした国別戦略に基づくインバウンドの誘致拡大

・四国4県が一体となった外国人観光客誘致の取り組み、大型クルーズ客船やLCCの誘致活動 など

上記①～⑤の他、観光キャンペーン「リョーマの休日」終了後の平成26年度からの観光戦略の構築を行います。

改定のポイント5

さらなる実践者の広がり実践力の向上に向けた産業人材の育成強化

(改定の背景)

本県の産業を継続的に底上げするためには、地域や企業を支える人材の育成が課題です。

このため、第2期計画では、基本方向の一つに「産業人材を育てる」を新たに位置付けるとともに、「全国一学びの機会の多い県」を目指して、取り組みを充実させていくこととしています。

平成24年度は、これまで実施してきた「目指せ弥太郎！商人塾」をバージョンアップし、産学官

が連携して「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」を開講しました。受講者からは高い評価をいただいておりますが、さらに参加者を広げ、ビジネスの実践力を身に付けていただくためには、受講者のニーズに併せて研修内容をバージョンアップしていく必要があります。

併せて、農林漁業従事者を育成・確保するためには、ニーズに即した学びの機会の充実と学びやすい環境を整える必要があります。

（改定のねらい）

産学官が連携し、様々なニーズに応えられる「学びの機会」として人材育成研修を充実させるとともに、第一次産業の担い手拡大や受講者同士のネットワークづくりを進めることで、実践者の輪を広げ、産業振興の取り組みを地域地域に広げていきます。

【さらなる強化策】

①土佐まるごとビジネスアカデミーによる人材育成のパワーアップ

- ・新設科目の創設（出前講座、トップレクチャー、現場研修）、大学への寄付講座等の開設（土佐フードビジネスクリエーター（土佐FBC）、生産管理高度化研修）
- ・「とさ旅セミナー」ステップアップ研修の実施 など

②農林漁業従事者のさらなる育成・確保

- ・「こうちアグリスクール」の拡充（定数増、PR強化）、林業技術者研修のメニュー充実、漁業研修制度の充実（研修期間の延長など） など

2 第2次改定(平成26年3月)の詳細

これまでの5年間、官民協働により産業振興計画の取り組みを積み重ねてきた結果、例えば、林業分野における大型製材工場の稼働のように、その分野を大きく動かすような、本格的な取り組みに挑戦できるようになってきました。

今回の第2次改定では、こうしたこれまでの蓄積を生かし、次の5つの改定のポイントを中心に、より大きな、より実効性のある施策へとバージョンアップしました。

【5つの改定のポイント】

- 1) 「高知家」プロモーションとの連動による「外商」のさらなる加速化
- 2) 観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」を中心とした一層の観光振興
- 3) 移住促進策のさらなる強化等により「人財」を誘致
- 4) 新たな挑戦による第1次産業の競争力強化
- 5) ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで「ものづくり」を一貫してサポート

以下、5つの改定のポイントについて、それぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

「高知家」プロモーションとの連動による「外商」のさらなる加速化

(改定の背景)

全国に先行した人口自然減や高齢化の進展等により、県内市場は大きく減少(年間商品販売額は、平成9年からの10年間で約2割減少)を続けています。

こうした本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図るため、平成21年度から「高知県産業振興計画」により、活力ある県外市場にモノを売って外貨を稼ぐ「地産外商」を進めることを全体戦略として、県を挙げた取り組みを推進してきました。

これまでの取り組みの結果、外商の成約件数や定番化の件数が大きく伸び、また観光総消費額が1000億円を超えるなど、具体的な成果が見えてきましたが、この手応えをさらに確かなものとし、県勢浮揚を成し遂げるためには、施策と連動させ、高知県の認知度をさらに向上させる取り組みを進めることで、具体的な成果に結びつけていく必要があります。

(改定のねらい)

平成 25 年6月からスタートした「高知家」プロモーションをさらに強力に推進し、「高知家」の認知度のさらなる向上を図るとともに、県産品の販売拡大といった具体的成果に結び付けていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

(1)「高知家」プロモーションの継続・強化

○PV 動画制作、「高知家」特設サイトの充実等による切れ目ない話題の提供 など

(2)「高知家」プロモーションとの連携による「県産品」「観光」「移住」の PR 促進

○各部・各団体のセールス施策と計画的に連動させたプロモーションの企画・展開

○平成 26 年度以降の誘客戦略に基づき、「食」を前面に出したプロモーション活動

「リョーマの休日～高知家の食卓～」の推進

○「高知家」プロモーションと連動した「高知家の移住」PR強化 など

(3)メイドイン高知のさらなる広がりを目指す地産外商戦略の展開

○首都圏での外商活動のさらなる強化

○定番化拡大を見据えた外商活動の展開(卸業者との連携による外商活動等) など

(4)食料品輸出額3億円をめざした県産品のグローバル戦略の推進

○他県との競争に打ち勝つユズを中心とした輸出促進の強化

○ユズに次ぐ輸出品目の販路開拓 など

(5)消費者のニーズに応じたマーケットイン型商品づくりの推進

○マーケットイン型商品づくりの取り組み強化

○お土産物開発プロジェクトの展開 など

改定のポイント2

観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」を中心とした一層の観光振興

(改定の背景)

官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験プログラムが誕生し、観光キャンペーン「リョーマの休日」や「龍馬パスポート」を通して、本県観光のポテンシャルが高まってきています。また、第2期計画で新たに取り組んでいる地域観光の担い手育成など一連の地域

観光の取り組みや、高速道路の延伸をきっかけとした幡多地域の地域博覧会「楽しまん！はた博」の実施を通して、地域の観光振興に対する意識が高まっています。

地理的ハンディキャップを克服するスポーツツーリズムや国別戦略に基づく国際観光の推進により、これまで獲得できていなかった新たな観光客層を呼び込むことができたことから、引き続き取り組みを強化していくことが重要です。

400 万人観光の定常化、さらにワンステータップのためにも、こうした観光振興策のさらなる強化が必要です。

(改定のねらい)

高知ならではの「食」を前面に出したプロモーション「リョーマの休日～高知家の食卓～」を推進し、本県の食のブランドイメージの定着を図り、観光資源としての魅力の向上につなげます。

【さらなる強化策（主なもの）】

(1) 地域観光を牽引する広域観光組織の観光商品づくりの支援

○地域人材の育成による魅力的な観光商品づくり、地域コーディネート組織の機能強化 など

(2) ターゲットを明確にした効果的な PR 活動の展開

○「食」を前面に出したプロモーション「リョーマの休日～高知家の食卓～」の推進

○「龍馬パスポートⅡ」による周遊・リピーター対策のさらなる深化 など

(3) おもてなしの向上によるリピーター確保策の促進

○「食」をテーマにした「おもてなしセミナー」の開催など、県民による「食」を通じたおもてなし
気運の盛り上げ、高知の「食」を満喫できるイベントの開催 など

(4) スポーツツーリズムの推進

○プロスポーツの誘致活動の強化、アマ合宿・大会の誘致活動の強化 など

(5) 高知の強み活かした新たな国際観光戦略の推進

○国別プロモーション戦略に基づくインバウンド対策の加速化

○高知県の強みである「おもてなし」や「体験」を最大限に活かした精神的満足度の高い体験型
観光商品の発掘・磨き上げ・造成及びターゲット市場のニーズに合わせたプロモーション活動
の強化 など

改定のポイント3

移住促進策のさらなる強化等により「人財」を誘致

(改定の背景)

本県は、全国に10年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、第2期計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めています。

県土の多くを占める中山間地域は、特に少子高齢化が深刻であり、新たなプロジェクトやコミュニティの維持のための活動を実施する場合にプレイヤーとなる人が不足しており、人材の確保が課題となっています。

移住促進は、平成25年度に移住促進策の抜本強化を計画に位置付け、「高知家プロモーション」と連携した情報発信や、移住・交流コンシェルジュの体制を強化して相談対応に取り組むなどした結果、平成25年度の県外からの移住実績は、平成24年度実績を大幅に上回りましたが、平成27年度の目標である「500組以上」の達成に向けては、もう一段、施策を強化していく必要があります。

(改定のねらい)

平成27年度の目標である県外からの移住者数「500組以上」の達成に向け、求める人財の獲得を目指したアクティブな情報発信や移住者向け住宅の確保促進、民間支援団体等との連携などの移住促進策のさらなる強化を行います。

【さらなる強化策（主なもの）】

- (1)「高知家」プロモーションと連動させた移住の情報発信の強化
 - 高知家プロモーションと連動した「高知家の移住」のPR強化 など
- (2)求める人財を獲得するアクティブな情報発信
 - 地域人財のニーズを発掘、顕在化する取り組みを強化
 - 求める人財に着実に届けるアクティブな情報発信
 - 国等の制度を活用した都市部人財に起業や地域ビジネス事業者への就業を促す仕組みづくり
 - 「移住・交流コンシェルジュ」の体制充実(東京に移住・交流コンシェルジュを配置) など
- (3)移住希望者向けの住宅等の確保策の強化
 - 移住者に提供できる「空き家」活用の仕組みづくり など
- (4)移住者受入れ体制づくりの加速化
 - 民間支援団体等との連携強化 など
- (5)中山間地域等のシェアオフィス事業の着実な推進
 - シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進の強化 など

改定のポイント4

新たな挑戦による第1次産業の競争力強化

(改定の背景)

県の第一次産業は、農業など全国的に見て比較的に優位である分野でも、ここ10年で就業者数が約2割減少するなど、本県の強みが強みでなくなりつつあります。

農業分野では、平成25年度に行った調査により、県内JAの主要な園芸品目の生産部会員が10年後には16%減少すると予想されていることから、その減少を補うためには年間280人の新規就農者の確保が必要となっています。

林業分野では、大型製材工場の稼働により、本県の森林資源をダイナミックに活用する仕組みがつついに動き始めましたが、川上から川中、川下にかけての木材の流れを一層しっかりとしたものにする必要があります。また、国内で普及すれば飛躍的な木材の需要拡大が期待されているCLT工法について、本県がトップランナーとしての地位を確立するためには、早期の取り組みが非常に重要となります。

水産業分野では、カツオ一本釣りの活餌供給や、地産地消・地産外商活動などにより、浜値の向上や水揚げの増加といった成果が現れてきており、その成果を漁港・漁村の賑わいにつなげていく必要があります。

(改定のねらい)

新たな担い手の増加など明るい兆しを確かなものにするため、中長期的な発展・成長を可能ならしめる、大規模かつ戦略的な施策を展開します。

【さらなる強化策（主なもの）】

【農業】

(1) 新規就農者の確保対策の強化と、地域の核となる農業者等の規模拡大の推進

- 本県で就農を希望する方が技術や経営の基礎から実践までを学ぶ「農業担い手育成センター」の創設
- 農地を集積して意欲的な農家や法人への貸し出しを促進する「農地中間管理機構」の創設 など

(2) 先進的技術を活かし、収益性の高い園芸農業の実現に向けた本県農産物等の生産基盤強化

- 高軒高ハウスや統合環境制御技術の導入などによる高品質、多収量、周年生産が可能な「次世代施設園芸団地」の整備 など

(3) 県産園芸品のマーケティングの強化

- 量販店や中食・外食等の実需者への営業商談の強化による販路開拓 など

【林業】

- (1) 飛躍的な木材の需要拡大が期待されているCLT(直交集成板)の推進
 - 先導的なモデル建築物の整備促進、CLT関係法令等の整備促進に向けた加速化
 - CLT パネル工場の整備検討・誘致 など
- (2) 土佐材販売力の抜本強化
 - 土佐材販売力抜本強化プロジェクトチームの大規模取引実現に向けた取り組みへの支援 など

【水産業】

- (1) 大都市圏の飲食店等と連携した「高知家の魚」の販売促進
 - 「高知家の魚 応援の店」として登録いただいた大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の強化
(27年度末までに「高知家の魚 応援の店」500店舗の登録を目標)
 - 東京築地場外市場の「全国漁港マーケット」(仮称)を首都圏での本県水産物の情報発信や販売活動の拠点として活用 など
- (2) 漁業生産量の維持・拡大のための仕組みづくりと支援の強化
 - 県内でのカツオ一本釣り用活餌の安定確保に向けた確保手段の検討
 - カツオ等の県内水揚げの促進に向けた協議会の設置 など
- (3) 協業化による規模拡大の促進と高品質化の推進による養殖業の振興
 - 中小経営体の協業化と規模拡大に向けた支援
 - 養殖業に携わる人材の技術習得支援と新規参入者への支援
 - マグロの人工種苗の安定確保に向けた挑戦 など

改定のポイント5

ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで「ものづくり」を一貫してサポート

(改定の背景)

県の製造業は、資本や産業の集積が弱く、層の厚みも乏しい状況にあり、出荷額は、平成7年をピークに減少傾向にあり、平成24年は4,944億円で全国最下位となっています。

こうした状況に歯止めをかけ、再び元気を取り戻すために、産学官が連携し、ものづくりの地産地消の推進、新たな技術や製品の開発支援、企業立地の推進に取り組み、また、防災関連産業

や新エネルギー関連産業の新たな産業創出などにも挑戦しています。

これらの取り組みにより、新たな機械製品が誕生し、県外企業との商談が成立するなど、明るい兆しが見え始めていますが、まだまだ効果は限定的であり、ものづくりの地産地消から地産外商までの一連の流れをしっかりと築き、外商の効果を本県経済に大きく呼び込んでくるため、さらなる施策の抜本強化が必要です。

(改定のねらい)

県内企業のビジネスプランづくりから経営から開発、販売に至る過程の一貫支援を行うことにより、ものづくり産業の総合力を高め、力強いものづくり産業へ発展させます。

【さらなる強化策（主なもの）】

- (1) 産業振興センターを中心としたビジネスプランづくりから商品開発・販売促進までの一貫した支援の強化
 - ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進までの一連の施策をパッケージで支援 など
- (2) 力強い産業基盤づくりのための企業立地推進策・設備投資誘発策等の強化
 - 震災に強い新たな団地開発の加速化
 - 新たな設備投資支援策の充実、産業振興計画推進融資の創設 など
- (3) 新たな産業の創出、発展に向けた支援策の強化
 - 防災関連産業の振興 など
- (4) 成長分野研究会発のプラン実現に向けた支援の強化と産学官連携による継続的な産業育成支援
 - 大きな成長が見込まれるプランの実現に向けた支援内容を拡充 など
- (5) 地域の賑わいと生活を支える商業支援の強化
 - 南海トラフ地震に備えた安全・安心な商店街の環境づくりへの支援を創設
 - 移住促進と連携した商店街活性化の取り組みを実施 など

3 第3次改定(平成27年3月)の詳細

これまで、産業振興計画の取り組みの結果、例えば、地産外商公社の「外商」活動を契機とした成約件数が平成21年度の178件から平成25年度には3,333件と大幅に増加するなど、一部に成果が表れ始めています。また、これまでの6年間の取り組みの積み重ねにより、それぞれの分野を大きく動かす仕組みが整ってきているところでもあります。

こうした状況を最大限生かして、「地産」の取り組みをさらに強化するとともに、「外商」の取り組みも一層強化し、加えて、この地産外商の成果を拡大再生産につなげていくための取り組みも強化し、バージョンアップしました。

この3つの取り組みの強化を柱として、第2期産業振興計画をバージョン4へと改定し、第2期計画に掲げた4年後の数値目標の達成はもとより、さらにその先のより高い次元の新しいステージを目指して、全力で取り組みます。

国の地方創生の動きを受け、今後、他県においても、地産外商や移住促進などの取り組みが活発化し、地域間での競争がさらに激しくなることが想定される中で、本県としても、この他県との競争に打ち勝つことができるよう、より実効性のある施策へと常に施策のバージョンアップを図りながら、官民が一体となって産業振興計画の取り組みをさらに加速していきます。

【3つの改定の柱】

- 1) 「外商」の取り組みの強化
- 2) 「地産」の取り組みの強化
- 3) 「地産外商」の成果を拡大再生産につなげていくための取り組みの強化

【7つの改定のポイント】

- 1) 外商活動の全国展開の強化や輸出振興の本格化
- 2) 400万人観光の定着と国際観光の抜本強化
- 3) 新技術の導入による第一次産業のステージアップ
- 4) 本県の強みである紙産業のさらなる競争力強化
- 5) 産学官民連携によるイノベーションの創出
- 6) 人財確保・事業承継の取組強化
- 7) 「地産外商」の成果をさらなる雇用の増加へ

以下、7つの改定のポイントについてそれぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

外商活動の全国展開の強化や輸出振興の本格化

(改定の背景)

本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図るため、活力ある県外市場にモノを売って外貨を稼ぐ「地産外商」を計画の全体戦略として推進してきました。

その取り組みの結果、地産外商会社の成約件数は、平成21年度の178件から平成25年度には3,333件まで拡大してきており、また、食料品輸出額は当初目標としていた2億円を早期に達成し、その後も順調に輸出額の増加につながっています。

勢いが出てきたこの「外商」の流れをさらに太いものにしていくことが重要です。

(改定のねらい)

これまで培ってきたノウハウを生かして、外商活動の全国展開や機械分野での海外販路の開拓支援等に本格的に取り組むことで、勢いが出てきた「外商」の流れを強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①外商活動の全国展開の強化

- ・地産外商会社の体制を強化し、首都圏に加え、関西・中部、中国、四国、九州にも拡大（従来、県外事務所等が担っていた役割をさらに強化）
- ・ものづくり地産地消・外商センターに主任コーディネーター制を導入するなど支援体制を強化

②食品に加え、機械系も含めた輸出振興を本格化

- ・輸出振興の体制強化（貿易コーディネーターの増員3名→5名、シンガポールや台湾等での輸出振興拠点の整備）

改定のポイント2

400万人観光の定着と国際観光の抜本強化

(改定の背景)

官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験プログラムが誕生し、本県観光のポテンシャルが高まってきています。県全体の観光の更なる底上げにつなげるためには、各地域において、持続的に旅行商品を生み出す仕組みの強化が必要です。

国別戦略や高知家流おもてなしプロジェクトに基づく国際観光の推進により、これまで獲得できていなかった新たな観光客層を呼び込むことができたことから、引き続き取り組みを強化していくことが重要です。

(改定のねらい)

400万人が定着しつつあるという現状を踏まえ、地域が一体となった戦略的な観光地づくりの推進や国際観光の抜本強化等を行うことで、「旅行商品をつくる」「PRする」「もてなす(リピーターを確保する)」の一連のサイクルをより強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①地域が一体となった戦略的な観光地づくり

- ・魅力的な観光商品づくりの支援と広域観光組織の機能強化
- ・地域博覧会(H27「高知家・まるごと東部博」、H28「奥四万十博」)の開催支援

②国際観光の抜本強化

- ・国際観光推進コーディネーターの配置(2名) ・国内外の博覧会等への積極参加
- ・国際観光推進拠点の整備(香港国際観光団体への職員派遣、台湾現地法人への業務委託)

改定のポイント3

新技術の導入による第一次産業のステージアップ

(改定の背景)

農業分野では、環境制御などの先進技術を活用して高品質・高収量を目指す「次世代型こうち新施設園芸システム」を、農業担い手育成センターや農地中間管理機構の取組と連携し、本格的に県内各地に普及させていくことにより、新たなステージに展開することが重要です。

林業分野では、大型製材工場の稼働や木質バイオマス発電施設の整備により、本県の森林資源をダイナミックに活用する仕組みがついに動き始めましたが、この仕組みを生かし、川上から川中、川下にかけての木材の流れを一層太いものにしていく必要があります。

水産業分野では、「高知家の魚応援の店制度」や「築地につぼん漁港市場」の取り組みにより、大都市圏での本県水産物の外商活動推進に向けての仕組みが整い、この仕組みをしっかりとしたものに進化させる必要があります。

(改定のねらい)

「次世代型こうち新施設園芸システム」など、それぞれの分野で生まれてきた新技術を生かして、第一次産業のステージアップを目指します。

【さらなる強化策（主なもの）】

【農業】

- 「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及促進
- 県内外企業の農業参入の促進

【林業】

- CLTパネルの前工程となるラミナ工場の整備支援
- 小規模林業を実践する方々のニーズに応じた施策をパッケージとして支援

【水産業】

- 「高知家の魚 応援の店」や「築地につぼん漁港市場」を活用した都市圏での外商活動の強化
- 民間事業者と連携して、カンパチ・マグロの人工種苗の種苗生産・中間育成ビジネスのチャレンジ

改定のポイント4

本県の強みである紙産業のさらなる競争力強化

(改定の背景)

高知県の紙産業は、土佐和紙の生産に端を発した、長い伝統のある重要産業の一つであり、高品質の不織布や高機能紙など独自の高い技術によりニッチ分野の市場を確保しています。

一方、新聞・書籍の電子化や人口の減少などにより、紙の需要は縮小傾向にあり、ここ数年の製造品出荷額等はほぼ横ばいの状況です。

紙・紙加工等の製造品出荷額等は 601 億円(H24)で本県の製造品出荷額等の 12%を占めて

おり、紙産業の発展が本県経済に大きく寄与することから、さらなる振興が必要です。

(改定のねらい)

本県の強みである紙産業の振興を行うことで、力強い産業づくりを推進し、紙関連製造品出荷額等を伸ばしていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ①技術・製品開発の拠点である紙産業技術センターの機能強化
- ②「高知県紙産業の在り方検討会」の議論に基づき、新たな戦略を推進
 - ・複合加工技術、リサイクル炭素繊維やナノセルロースなどの素材を活用した新技術・高付加価値製品の開発支援
 - ・高知家プロモーションと連動させた土佐和紙のブランド化(重点プロモーション品目)

改定のポイント5

産学官民連携によるイノベーションの創出

(改定の背景)

本県の産業を将来に渡って持続的に発展させるため、志や知識・技術を持った産業人材の育成に力を入れてきました。

平成24年度から始まった「土佐まるごとビジネスアカデミー」には、年間に延べ約1,800人が参加するなど、多くの方の関心が高まっており、今後さらに産業人材の広がりを推し進めていく必要があります。

また、地方創生が我が国の重要なテーマとなっている中、全国に先駆けて人口減少や高齢化が進む本県としては、いろいろな課題に対して、大学などの高等教育機関の知見の活用や、産学官民の連携を促進していくことが極めて重要です。

(改定のねらい)

新たに開設した「産学官民連携センター」を核に産学官民連携を推進し、県内外の英知を導入しながら、「知の拠点」「交流の拠点」「人材育成の拠点」という3つの拠点機能によって、新たな事

業展開に挑戦する皆様を後押しすることで、様々なイノベーションの創出につなげていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ① 高等教育機関等の知見を産業振興などに生かす「産学官民連携センター」を開設
 - ・「知」「交流」「人材育成」の3つの拠点機能の整備
 - ・外部人材との交流促進や新たな事業展開への支援
- ② 「知の拠点」永国寺キャンパスの新たなスタート
 - ・高知工科大学経済・マネジメント学群の設置
 - ・県立大学の文化学部の定員の拡充

改定のポイント6

人財確保・事業承継の取組強化

（改定の背景）

第一次産業を始め、地域地域で新たな取組が進んでいますが、担い手が確保できないため事業展開ができないといったケースも見られます。

特に、近年、休廃業件数が増加していることや後継者不在の企業が5割を超える状況を考慮すると、高知県全体で官民あげて、中小企業・小規模事業者の事業継承を支援する必要があります。

平成26年度から、民間人材ビジネス事業者と連携して進めてきた都市部からの人財誘致の取組みと連動させながら、県内での受け皿をしっかりと確保したうえで、様々な取組みの担い手の確保を抜本的に強化する必要があります。

（改定のねらい）

事業承継対策や事業の拡大を図るうえで必要となる中核人材の積極的な確保を支援することで、円滑な事業の継承や拡大再生産につなげ、さらなる売上げや雇用の増を後押しします。

また、第一次産業の担い手確保対策を抜本強化することで、第一次産業のステージアップに必要な人材確保を推進します。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ①事業承継に向けた計画の策定や事業拡大に向けた人材のマッチングをサポートする「事業承継・人材確保センター」の設置
- ②人財誘致に向けた民間人材ビジネス事業者との連携の強化・拡大
- ③全国の林業をリードできる人材を輩出する「林業学校」の開校
- ④新規就農の総合窓口となる就農コンシェルジュの配置（2名）

改定のポイント7

「地産外商」の成果をさらなる雇用の増加へ

（改定の背景）

地産外商公社の成約件数は、平成 21 年度の 178 件から平成 25 年度には 3,333 件まで拡大してきました。また、食料品輸出額は当初目標としていた2億円を早期に達成し、その後も順調に輸出額の増加につながっています。[再掲]

平成 26 年度に設置した「ものづくり地産地消・外商センター」では、県内事業者のビジネスプランづくりから販路拡大に至るまで一貫したサポートを展開しており、その結果、外商支援企業の売上高が前年度約4割増になるなど、取組が加速しています。

外商によって成果が上がった県内企業が、雇用の拡大を行い、さらに設備投資を行うといった経済の好循環を、官民協働で進めていく必要があります。

（改定のねらい）

ものづくりの各段階における企業のニーズに対応できるよう、企業を一貫して支援できるパッケージ型の補助制度の創設等により、事業拡大に向けた企業の設備投資等を後押しします。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ①企業のビジネスプランづくりから外商支援、設備投資までの一貫支援体制の整備
・設備投資を支援する補助制度を強化するとともに、関連する助成制度を統合
- ②成長分野育成研究会事業の強化（研究会へのバイヤー等の参加）

IV 第2期計画（平成24～27年度）の総括

1 第2期計画の取り組みと成果等（全体まとめ）

第1期計画（平成21年度～23年度）では、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第一次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ挑戦」という3つの改革のための基本方向のもと、取り組みを進めました。

こうした取り組みにより、本県の産業振興に向けて積年の課題に立ち向かうための「仕組み」が整い、県内各地で官民一体となった新たな事業が数多く動き出しました。また、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がりました。

第2期計画（平成24年度～27年度）においては、より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指して、さらなる挑戦を続けていくため、次の3つの視点をもって第1期計画を進化させました。

【3つの視点】

第1の視点

「これまでの取り組みを定着、さらに成長・発展させて、より大きな産業を目指す」

産業振興の取り組みの経済効果をより大きなものにできるよう、地産外商の推進や観光の振興、県内産業の投資の誘発などによって、動き出した数々の事業を定着、さらに成長、発展させて、より大きな動き、大きな産業を目指します。

第2の視点

「将来に大きな可能性を秘めている分野に挑戦し、新たな産業集積の形成を目指す」

本県産業が長期にわたって成長、発展し続ける礎を築いていくことができるよう、企業誘致や県内産業の投資の誘発を進めるとともに、防災や新エネルギーなど、将来に大きな可能性を秘めている分野に思い切って挑戦し、新たな産業集積の形成を目指します。

第3の視点

「産業振興の取り組みをより地域地域に広げる」

地域アクションプランのさらなる推進や、中山間対策や移住促進策の抜本強化などによって、より多くの県民の皆様が産業振興の取り組みに参画いただき、地域の潜在力を引き出していくことで、その経済効果を地域地域に広げていきます。

あわせて、計画全体の見直しを行い、これまでの3つの「改革のための基本方向」に、新たに「新たな産業づくりに挑戦する」「産業人材を育成・確保する」の2つを加え、さら

に、平成 25 年度の第 2 期計画 ver. 2 からは、「移住促進により、活力を高める」を加えて、6 つの基本方向により、さらなる官民協働、市町村政との連携協調のもと、取り組みを進めました。

【改革のための基本方向】

《第 1 期計画》

- ①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- ②産業間の連携を強化する
- ③足腰を強め、新分野に挑戦

《第 2 期計画》

- ①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- ②産業間の連携を強化する
- ③足腰を強め、地力を高める
- ④新たな産業づくりに挑戦する
- ⑤産業人材を育成・確保する
- ⑥移住促進により、活力を高める

さらに、第 2 期計画からは、「産業振興計画の推進によって目指す将来像」や、「計画全体を貫く目標」「各分野の数値目標」などの目標を新たに設定し、この目標達成に向けた状況を絶えず点検・検証しながら、施策をより実効性の高いものへと適宜改善するとともに、毎年度、計画自体にも改定を加えて、バージョンアップを図ってきました。

<平成 24 年度>

防災関連産業の振興、土佐まるごとビジネスアカデミーの開講、観光キャンペーン「リョーマの休日」の推進、龍馬パスポートの発行、養殖業の振興 等

<平成 25 年度>

移住促進策の抜本強化、高知家プロモーションの展開、地産外商公社のプロモーションの強化、欧州横断ユズプロモーションの展開、高知おおとよ製材の稼働、CLTの普及促進、高台への団地開発の加速化、「楽しまん！はた博」の開催 等

<平成 26 年度>

ものづくり地産地消・外商センターの設置によるものづくりの一貫サポート、次世代型こうち新施設園芸システムの普及開始、農業担い手育成センターの設置、次世代施設園芸団地整備の支援、高知家魚応援の店制度の創設、都市部人財の誘致、東京への移住・交流コンシェルジュの配置 等

<平成 27 年度>

外商活動の全国展開、産学官民連携センターの開設、事業承継・人材確保センターの設置、紙産業の競争力強化、林業学校の開設、小規模林業の推進、ラミナ工場整備の支援、土佐の観光創生塾の実施、「高知家・まるごと東部博」の開催 等

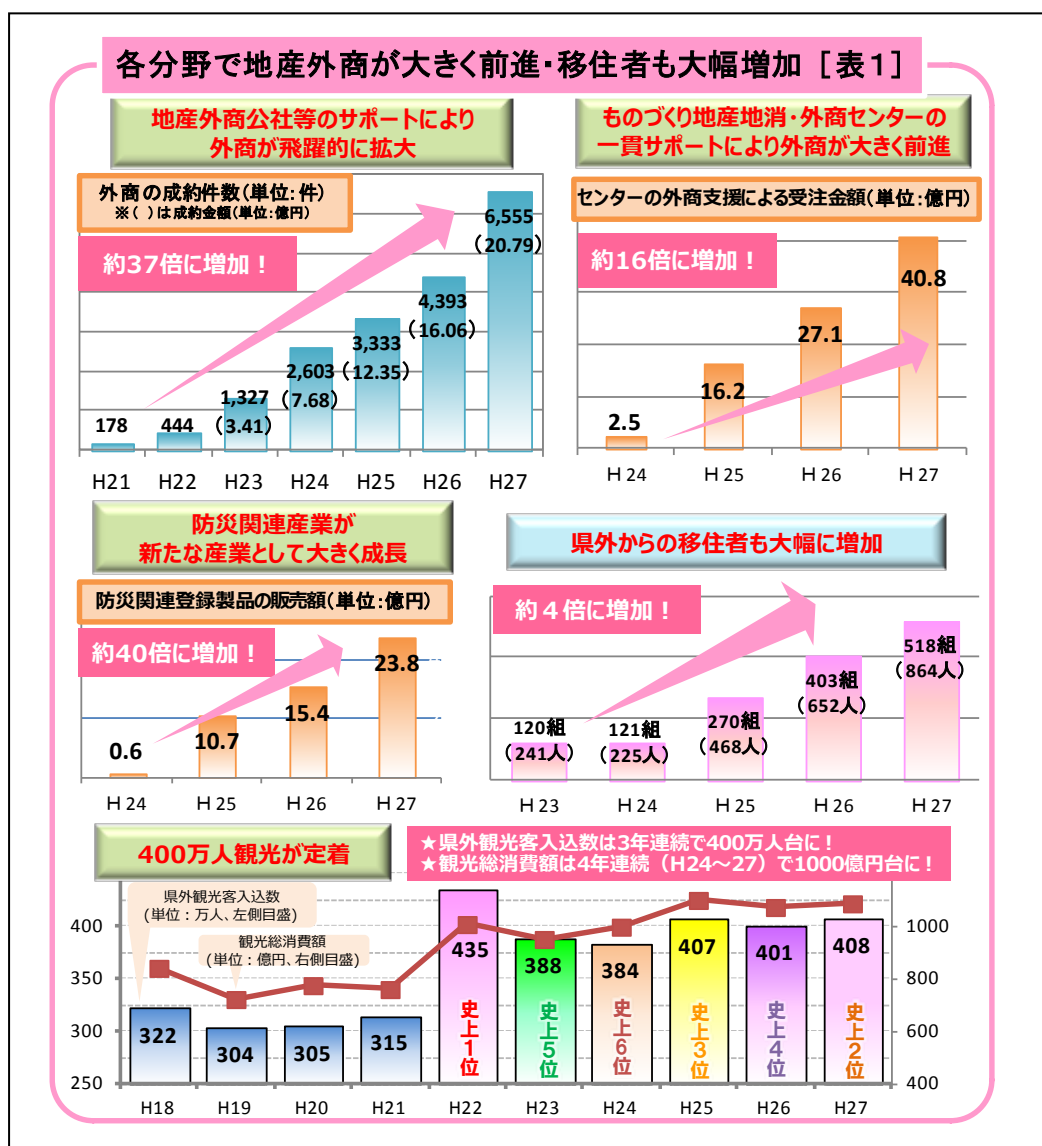
こうした取り組みの結果、県と地産外商公社の外商支援による成約件数は平成 27 年度には 6,555 件と、平成 21 年度の約 37 倍に、また、ものづくり地産地消・外商センターの外

商支援による受注金額は平成 27 年度には 40.8 億円と、平成 24 年度の約 16 倍となるなど、飛躍的に拡大、さらに、観光振興では、県外観光客入込数が平成 25 年、26 年、27 年と 3 年連続で 400 万人を超え、400 万人観光が一定定着するなど、各分野で地産外商が大きく進みました。(表 1)

また、これまでの第 1 期計画、第 2 期計画の 7 年間の取り組みを通じて、県が定量的に把握できるものだけでも約 6,000 人の雇用が生まれています(表 2)し、これ以外にも、観光振興や地産外商の拡大等により、多くの雇用創出が見込まれます。

さらには、長年にわたって、生産年齢人口の減少に連動する形で減少傾向にあった各分野の産出額等は、平成 23 年前後をターニングポイントとして、上昇傾向に転じる(表 3)とともに、長らく 0.5 倍程度であった有効求人倍率も、平成 27 年に 1 倍を超え、平成 28 年 6 月には過去最高の 1.16 倍(注:総括を行った H28.9 月時点の数値等)に達するなど、経済全体としてもよい方向に向かっているものと見られます(表 4)。

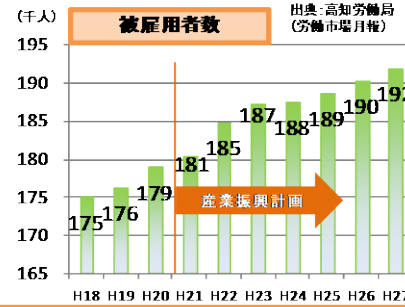
※第 2 期計画から新たに設定した数値目標の達成状況は p. 98 に記載



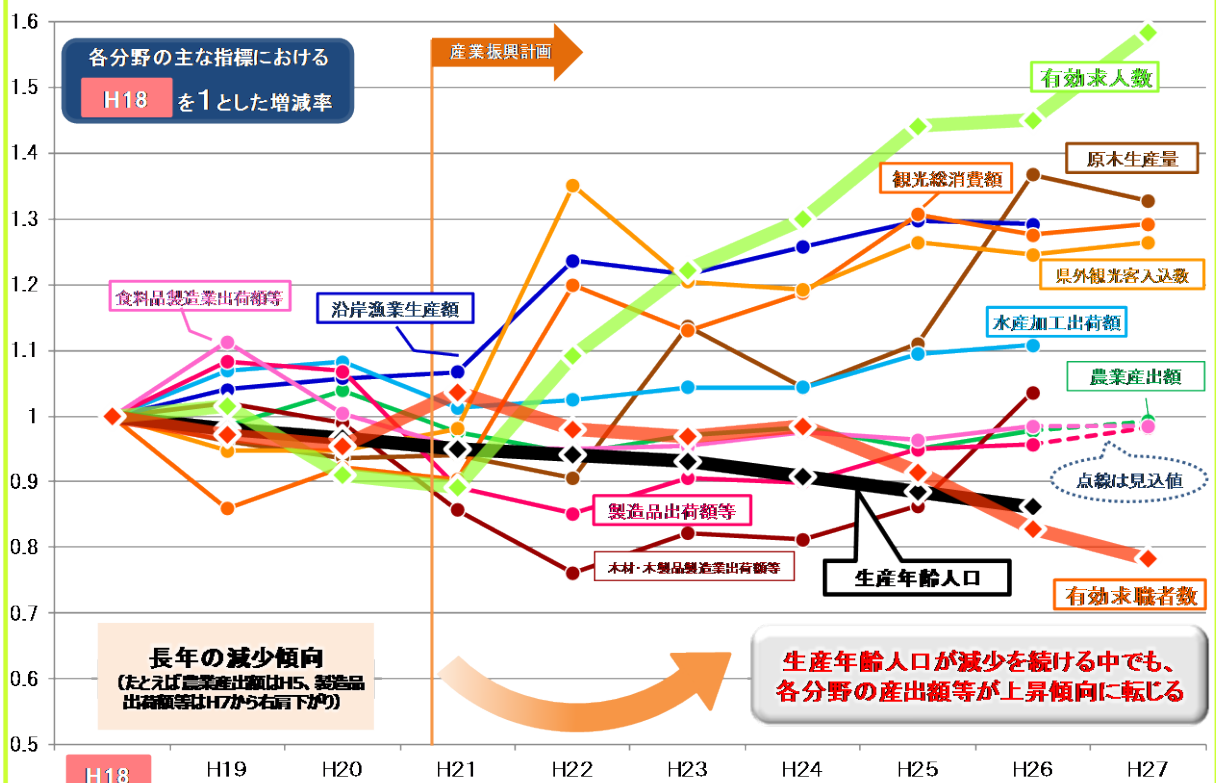
地産外商の拡大などにより新たな雇用が増加 [表2]

県が定量的に把握できているものだけでも以下の雇用を創出。
これ以外にも、観光振興等により多くの雇用創出が見込まれると
ころ

- 地域アクションプラン(H21~27) : 1,145人
- 企業立地(H21~27) [フル機業時の雇用創出計画種] : 2,167人
- 設備投資促進事業(H24~27) : 102人
- 成長分野育成支援事業(H21~27) : 200人
- 第一次産業の新規就業者(H21~27) : 2,458人
[農業1,606人、林業543人、水産業309人]
- その他(木質バイオマス発電所等) : 67人



各分野の産出額等が上昇傾向に転じる(上昇傾向に力強さが欠ける分野も) [表3]



*表3及び4の数値等は、総括を行ったH28.9時点のもの

経済全体は良い方向に向かっている [表4]



【数値目標の達成状況】

<計画全体を貫く目標>

① 県際間の収支を改善する（10年後の移輸出額の増加効果+1,300億円）

第2期計画スタートから3年間で約508億円の増加効果。これを10年間で換算すると約1,693億円にあたり、目標とする10年間で+1,300億円の達成に向け、順調に進んでいるといえる。

② 今後10年間の人口の社会増減（転入数と転出数の差による増減）をプラスにする

第2期計画期間の社会減は、年平均で約2,000人。

過去の全国的な景気回復局面では4,000人程度あった社会減が、産業振興計画のスタート以降は、同様の局面でも2,000人前後の社会減に留まっているが、人口の社会増減をプラスにするという高い目標の実現に向けては、産業振興計画の取り組みによって、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を創出し、若者が地域地域で働き続けられる土壌を作っていくことが必要。

<各分野を代表する数値目標>

第2期計画では、7つの分野で10項目の目標を設定。このうち7項目が目標達成又は達成見込み。なお、その他の3項目についても、長年にわたって、生産年齢人口の減少に連動する形で減少傾向にあった産出額等が上昇傾向に転じている。

凡例：第2期計画策定時→第2期計画目標 直近値

[目標達成又は達成見込みの項目]

- ▶ 農業（農業産出額） H22：930億円→H27目標：1,000億円以上 直近値(H27)：1,011億円
- ▶ 林業（木材・木製品製造業出荷額等） H22：150億円→H27目標：190億円以上 直近値(H26)：204億円
- ▶ 水産業（沿岸漁業生産額） H21：348億円→H27目標：370億円以上 直近値(H26)：421億円
（水産加工出荷額） H21：160億円→H27目標：170億円以上 直近値(H26)：175億円
- ▶ 商工業（製造品出荷額等） H22：4,681億円→H27目標：5,000億円以上 直近値(H26)：5,260億円
- ▶ 観光（県外観光客入込数） H23：388万人→H27目標：400万人以上 直近値(H27)：408万人
- ▶ 移住促進（移住者数） H23：120組→H27目標：500組以上 直近値(H27)：518組

[目標未達成又は達成が難しい項目]

- ▶ 林業（原木生産量） H22：40.4万m³→H27目標：72万m³以上 直近値(H27)：59.2万m³
- ▶ 観光（観光総消費額） H23：953億円→H27目標：1,100億円以上 直近値(H27)：1,089億円
- ▶ 食品加工（食料品製造業出荷額等） H22：861億円→H27目標：935億円以上 直近値(H26)：892億円

注）食品加工については、増設された工場や設備が計画どおりフル稼働すれば、概ね目標を達成する見込みだが、フル稼働に至らない場合もあることから、現時点では目標達成が難しい項目として整理

2 県勢浮揚に向けて乗り越えるべき課題と第3期計画の戦略の方向性

第2期計画の取り組みにより、前述のような一定の成果が見られますが、正社員の有効求人倍率は、過去最高水準とはいえ、いまだ0.55倍（平成28年6月）にとどまっており、地域間や職種間の求人の格差も大きいなどの課題があります。

また、産出額などが上昇に転じたものの力強さが欠ける分野や、地産外商の成果が拡大再生産に十分につながっていない分野も見受けられます。

さらに、本県の人口の社会減は、過去の景気回復局面に比して2分の1程度に縮小しているものの、いまだ人口減少の負のスパイラルは続いており、地域に残りたいと願う若者の希望を十分にかなえる状況には至っていません。

このため、第3期計画では、これまでの2期、7年間の取り組みを土台として、県勢浮揚を目指して、さらなる官民協働、市町村政との連携協調により、次の方向性により取り組みを進めていきます。

【第3期計画の戦略の方向性】

- 地産外商の取り組みをさらに強化し、その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環へとつなげる

県勢浮揚を成し遂げるためには、これまでの産業振興計画の取り組みを通じて、拡大してきた「地産外商」を、さらにより確実に「拡大再生産」につなげられるかがポイントとなります。

このため、第3期計画では、「地産外商」の取り組みをさらなる「地産」の強化に向かわせ、それがさらに「外商」の拡大につながるという「拡大再生産」の力強い好循環を作り出すことを目指します。特に、この力強い「拡大再生産」に向けて、次の3つのポイントで施策を抜本強化し、全力で取り組みます。

強化ポイント① 「担い手の育成・確保」（時間軸的な拡大再生産を目指す取り組み）

各産業分野の担い手が依然として減少している状況を踏まえ、移住施策とも連動し、後継者や担い手の育成・確保対策に一層取り組む。

強化ポイント② 「地域産業クラスターの形成」（量的な拡大再生産を目指す取り組み）

地域において持続的な雇用とより大きな経済波及効果を創出するため、企業立地を含めた関連施策を効果的に組み合わせ、地域地域に「第一次産業や観光等、地域に根差した産業を核としたクラスター」（地域産業クラスター）を意図的に生み出す。

強化ポイント③ 「起業や新事業展開の促進」（質的な拡大再生産を目指す取り組み）

地域の持続的な発展をもたらすためには、継続的に新たな挑戦が行われる環境を醸成していくことが重要であるため、起業や新事業展開の促進を図る。

3 産業成長戦略の総括

※詳細は p. 102～p. 117 ページ参照

各分野の取り組みの成果等は、次のとおりです。

分 野	総括<◎取り組みの成果 ◆見えてきた課題>	さらなる挑戦 (重点項目)
農 業	<p>◎高齢化等による農家戸数の減少や産地の縮小が進む中であって、生産性の向上や販路の開拓、新規就農者の確保などの取り組みにより、農業産出額は増加。目標とした1,000億円を上回る（H18：987億円→H21：963億円→H27：1,011億円）</p> <p>高品質・高収量を実現する最先端の「次世代型こうち新施設園芸システム」を確立し、普及を開始するなど、次のステージに向けた生産拡大の仕組みが整う</p> <p>◆地域で暮らし稼げる農業を目指し、若者にとって魅力ある産業として発展していくためには、さらなる生産性の向上や中山間地域の農業を支える仕組みの再構築、生産を拡大するための農地の確保などについて、より強力な取り組みが必要</p>	<p>農業の拡大再生産に向けた好循環の実現と農業クラスターの形成に取り組む</p>
林 業	<p>◎目標とした72万㎡には届かないものの、大型加工施設の整備や木質バイオマスの利用拡大など、森林資源を余すことなく活用する仕組みの構築により、原木生産量が大幅に増加（H18：44.6万㎡→H21：42.0万㎡→H27：59.2万㎡） 長らく衰退傾向にあった高知の山が大きく動き出した</p> <p>◆高知の山でより多くの雇用の場を生み出していくためには、木材需要のより一層の拡大を図るとともに原木生産をさらに拡大させることが必要</p>	<p>成熟した森林資源をさらに生かすことを目指して、新たな木材需要の創出と専門的な人材の育成に取り組む</p>
水産業	<p>◎高齢化等により漁業者の減少が進む中であって、県内への水揚げの促進や養殖業の拡大などにより、沿岸漁業生産額は増加。目標とした370億円を上回る（H18：326億円→H21：348億円→H26：421億円）</p> <p>養殖業や水産加工業が、本県水産業の柱として成長。また、本県の魚の特性（少量多品種）を生かした都市圏での新たな商流を生み出す仕組みが整う</p> <p>◆本県水産業がより多くの若者の雇用の受け皿となるためには、漁業生産量をさらに増加させ、その効果を水産加工や流通などの関連産業により力強く広げていくことが必要</p>	<p>沿岸漁業生産体制や水産加工の取り組みを強化するとともに、都市圏や海外への外商活動を一層進め、生産から加工・流通に至るクラスターの形成を図る</p>
商工業	<p>◎ものづくり地産地消・外商センターによる一貫サポートなどにより、最終製品の開発・販売に挑戦する企業が増加し、外商が飛躍的に拡大。製造品出荷額等も増加に転じ、目標とした5,000億円を平成25年に前倒して達成（H18：5,498億円→H21：4,909億円→H26：5,260億円）</p> <p>防災関連産業は、新たな産業として大きく成長。また、コンテンツ産業も企業とのネットワークが広がり、企業集積の土台が形成</p> <p>◆本県のものづくり企業の拡大再生産を図るためには、これまでの取り組みに加え、企業の経営ビジョンを実現するための事業戦略の策定から、その実行までを支援していく取り組みが必要</p>	<p>高知発のものづくりの国内外での展開に向け、ものづくりの強化と外商支援の加速化に取り組む</p>

分野	総括＜◎取り組みの成果 ◆見えてきた課題＞	さらなる挑戦 (重点項目)
観 光	<p>◎観光商品を「つくる」、その観光商品を効果的にPRして県外に向けて「売る」、本県を訪れる観光客に満足いただけるように「もてなす」という一連のサイクルを抜本強化して取り組んできた結果、目標とした県外観光客入込数400万人を3年連続で達成。400万人観光が一定定着（H18:322万人→H21:315万人→H27:408万人）</p> <p>◆次の目標である435万人観光を早期に実現するためには、本県観光の強みである歴史・食・自然を生かした観光地づくりと国際観光にも対応できる受入環境の整備が必要</p>	<p>外国人観光客にも対応する歴史・食・自然を連動させた観光地づくりを加速させる</p>
外 商 (食 品 加 工)	<p>◎現時点では目標とする935億円には届いていない(※)ものの、人口減少により県内市場が縮小する中でも、食料品製造業出荷額等を一定維持（H18:906億円→H21:862億円→H26:892億円）※p.98下の注意書き参照 高知県地産外商公社の外商サポートにより、外商に挑戦する事業者が増加し、成約件数・金額ともに飛躍的に拡大。また、戦略的なプロモーションにより、高知ユズが海外で認知され市場が広がるなど、食料品の輸出額は、当初目標の2億円を前倒しで達成</p> <p>◆食品加工業をさらに伸ばすためには、市場が求める衛生基準への対応や、売上規模の大きな事業者の外商拡大が必要</p>	<p>市場が求める商品づくりや生産管理の高度化を一層推進するとともに、外商公社の全国展開をさらに進める</p>
移 住	<p>◎移住に至るまでのプロセスを5段階に分けて、それぞれに応じた対策を実施。移住・定住に向けた一連の官民協働による仕組みが整い、目標とした本県への移住者数の年間500組を達成（H23:120組→H27:518組） 移住者が地域や経済の担い手として活躍するといった成果が表れ始める</p> <p>◆全国的な地方創生の動きの中で、他県との競争がより厳しくなることが想定。また、地域における後継者や中核人材確保の要請も高まってきており、移住促進の取り組みの更なるパワーアップが必要</p>	<p>移住希望者への情報発信や、地域の受け入れ体制などをさらにレベルアップする</p>
産 業 人 材 の 育 成 ・ 確 保	<p>◎各産業を支える人材の育成・確保が図られ、地産外商が一層活発に。「事業承継・人材確保センター」や「産学官民連携センター」が開設し、地産、外商、拡大再生産を後押しする仕組みが整う</p> <p>◆依然として、各産業の担い手が不足しており、担い手確保対策と移住促進策との更なるリンケージの強化が必要</p>	<p>移住促進策とも連携した県内外での担い手確保対策と将来を担う人材の育成に取り組む</p>

《各分野における主な取り組みと成果》

■ 農業分野

高齢化等による農家戸数の減少や産地の縮小が進む中において、生産性の向上や販路の開拓、新規就農者の確保などの取り組みにより、農業産出額は増加。目標とした1,000億円を上回る。

高品質・高収量を実現する最先端の「次世代型こうち新施設園芸システム」を確立し、普及を開始するなど、次のステージに向けた生産拡大の仕組みが整う

▽ 農業産出額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
987	963	930	958	969	938	962	1,011

[農業生産の維持・拡大]

○県内各地への学び教えあう場の設置により栽培技術が向上。また、安全・安心で高品質な生産につながる IPM（総合的な病虫害や雑草の管理）技術の普及を加速化

▶ 学び教えあう場の設置数 平成 23 年度：181 → 平成 27 年度：207

▶ 園芸用ハウスの整備面積 平成 24～27 年度：63ha

▶ IPM 技術の導入面積（施設ナス） 平成 23 年度：62% → 平成 27 年度：97%

○米、土佐茶、畜産等の地域の特産物の生産拡大やブランド化、生産性の向上を推進

▶ 米のブランド化支援組織数（取組面積） 平成 23 年度：4 組織（158ha） → 平成 26 年度：6 組織（471ha）

▶ 土佐茶販売額 平成 23 年度：189 百万円 → 平成 27 年度：214 百万円

▶ 土佐あかうしの枝肉価格（kg あたり） 平成 23 年度：1,434 円 → 平成 27 年度：2,392 円

[集落営農の推進等による地域農業の維持]

○中山間地域の農業の維持・発展に向けた集落営農や中山間農業複合経営拠点の取り組みが拡大

▶ 集落営農組織のカバー率 平成 23 年度：9% → 平成 27 年度：13%

▶ こうち型集落営農組織 平成 23 年度：17 組織 → 平成 27 年度：32 組織

▶ 中山間農業複合経営拠点 平成 27 年度：4 拠点

[次世代型こうち新施設園芸システムの確立と普及]

○施設園芸の先進国であるオランダから学んだ環境制御技術を本県の気候や生産条件に適合させ作り上げた「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及を開始（H26 秋～）

▶ 環境制御機器の導入面積 平成 22 年度：17.5ha → 平成 26 年度：59ha → 平成 27 年度：95ha

▶ 次世代施設園芸団地（四万十町）の整備（4.3ha、平成 28 年 7 月から営農開始）

[流通・販売の支援強化]

○園芸品の基幹流通の強化と実需者ニーズに対応できる新たな流通・販売体制を構築

(基幹流通：パートナー量販店での販売強化、中規模流通：中食・外食等の業務需要の開拓、小規模流通：こだわりの農産物と飲食店等をマッチング)

▶《基幹流通》パートナー量販店での高知青果フェア開催回数 平成23年度：53回 → 平成27年度：108回

▶《中規模流通》卸売会社との連携による中食・外食等の業務需要の顧客開拓数：60件 (平成21年6月～28年3月)

高知家の野菜・くだもの応援の店制度の店舗数 平成26～27年度：39店舗

▶《小規模流通》生産者と飲食店等の実需者とのマッチング件数 平成24～27年度：211件

○2地域からEU等への青果輸出が始まり、これに併せて果汁輸出量が大幅に拡大

▶ユズ果汁、ユズ玉等の輸出量 平成23年度：16t → 平成26年度：103t

[担い手確保対策の推進]

○新規就農の総合窓口となる就農コンシェルジュを配置し、研修から就農までを一貫サポートする仕組みを構築。また、平成26年度に農業担い手育成センターを開設し、研修や先進技術の普及体制を強化。これらの取り組みにより新規就農者が増加

▶新規就農者数：平成23年：234人→平成27年：269人 (平成24～27年の累計：1,014人)

○産地が求める人材を募集する産地提案型の担い手確保対策を推進

▶産地提案書策定数：25市町村31提案 (平成27年度末時点)

○農地等の集積・集約化に向け、農地中間管理事業を開始 (平成26年4月)

▶農地中間管理機構での担い手への貸付：162件193.4ha (平成26～27年度)

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆地域で暮らし稼げる農業を目指し、若者にとって魅力ある産業として発展していくためには、さらなる生産性の向上や中山間地域の農業を支える仕組みの再構築、生産を拡大するための農地の確保などについて、より強力な取り組みが必要

□農業の拡大再生産に向けた好循環の実現と農業クラスターの形成に取り組む

- ・次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進
- ・中山間農業複合経営拠点の整備促進
- ・規模に応じた販路開拓、販売体制の強化と農産物の輸出の推進
- ・産地提案型の担い手確保対策の強化等による新規就農者の確保、家族経営体の強化及び法人経営体の育成
- ・担い手への農地集約の加速化と園芸団地の整備促進

▽
《第3期計画における4年後の目標》

○農業産出額等：1,060億円以上

○農業生産量(※)(野菜主要11品目)：11.6万トン以上

※「農業生産量」の目標は野菜(主要11品目)のほか、果樹(主要2品目)、花き(主要3品目)、畜産(土佐あかうし飼養頭数)を設定

■ 林業分野

目標とした 72 万³には届かないものの、大型加工施設の整備や木質バイオマス利用拡大など、森林資源を余すことなく活用する仕組みの構築により、原木生産量が大幅に増加

長らく衰退傾向にあった高知の山が大きく動き出した

▽ 原木生産量の推移（単位：万³）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
44.6	42.0	40.4	50.7	46.5	49.5	61.0	59.2

[原木生産の拡大]

○効率的・計画的に原木生産を行う「森の工場」の整備や高性能林業機械の導入、路網整備など、原木の生産効率を高める取り組みが進む

▶森の工場 平成 23 年度：103 工場 62 事業体 44,407ha→平成 27 年度：177 工場 67 事業体 65,980ha

[加工体制の強化・木材需要の拡大]

《A材》

○平成 25 年 8 月に新たな大型加工施設が稼働するとともに、既存製材所の加工力が増強。戸建住宅や公共建築物等での県産木材の利用も進む

▶平成 25 年 8 月に高知おとよ製材が稼働（平成 28 年 3 月時点：雇用人数 67 人）

▶戸建住宅の木造率 平成 23 年：86.2% → 平成 27 年：91.5%

《B材》

○全国に先駆けて平成 25 年 7 月に「CLT 建築推進協議会」を設立、平成 27 年 8 月に「CLT で地方創生を実現する首長連合」を設立するなど、本県がトップランナーとして CLT の普及拡大に向けた取り組みを推進

▶CLT 建築物の推進：平成 26 年 3 月には日本初となる CLT 建築物が大豊町で完成

このほか、5 施設の CLT 建築物を整備中（平成 28 年 9 月にはすべて完成）

▶CLT 用ラミナ工場の整備（H28 年度稼働）

《C材・D材》

○平成 27 年に県内 2 ヶ所で木質バイオマス発電所（専焼）が操業を開始したほか、農業用を中心とした木質バイオマスボイラーの導入促進などにより、木質バイオマスの利用量が大きく増加

▶県内 2 ヶ所で木質バイオマス発電所が操業開始（平成 28 年 3 月時点：雇用人数 56 人）

▶木質バイオマスボイラー導入台数（累計） 平成 24～27 年度：125 台（うち農業分野 110 台）

▶木質バイオマス利用量 平成 21 年度：22 万 7 千トン → 平成 27 年度：40 万 7 千トン

[流通・販売の支援強化]

○土佐材の流通拠点の活用や、土佐材パートナー企業との連携等、大消費地をターゲットとした外商活動を展開。トレーラー等による定期輸送の取り組みにより、輸送コストを低減

▶流通拠点 平成23年度：10カ所 → 平成27年度：19カ所（関東7カ所、中部2カ所、関西7カ所、中国1カ所、四国1カ所、九州1カ所）

[担い手の育成・確保策の推進]

○林業労働力確保支援センターと連携して林業就業者の確保対策を推進

▶林業就業者数は、他産業への流出の影響等により減少 平成23年度：1,661人 → 平成26年度：1,602人

○平成27年度に林業学校を開設し、即戦力となる人材を育成する基礎課程がスタート。さらに平成30年4月には高度で専門的な人材を育成する専攻課程がスタート予定

▶林業学校基礎課程の修了者 平成27年度：14名

○「小規模林業推進協議会」を設立し、小規模林業の実践者を組織化。政策パッケージによる一体的支援により小規模林業を推進

▶小規模林業推進協議会構成員（平成27年度末）：304名

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆高知の山でより多くの雇用の場を生み出していくためには、木材需要のより一層の拡大を図るとともに原木生産をさらに拡大させることが必要

□成熟した森林資源をさらに生かすことを目指して、新たな木材需要の創出と専門的な人材の育成に取り組む

・林業事業者の生産性向上、森林組合の経営基盤強化、苗木の生産体制の強化などによる原木生産のさらなる拡大

・既存製材所の加工力の強化、大断面集成材やCLTパネル等の付加価値の高い製品を製造する高次加工施設の整備などによる加工体制の強化

※これらの取り組みにより林業・木材の関連産業のクラスター形成を目指す

・低層非住宅建築物の木造化促進などによる木材需要の拡大

・土佐材の海外への販売促進

・林業現場での即戦力となる人材の育成と高度で専門的な担い手の育成



《第3期計画における4年後の目標》

○原木生産量：78万m³以上

○木材・木製品製造業出荷額等：220億円以上

■ 水産業分野

高齢化等により漁業者の減少が進む中において、県内への水揚げの促進や養殖業の拡大などにより、沿岸漁業生産額は増加。目標とした370億円を上回る

養殖業や水産加工業が、本県水産業の柱として成長。また、本県の魚の特性（少量多品種）を生かした都市圏での新たな商流を生み出す仕組みが整う

▽ 沿岸漁業生産額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26
326	348	403	396	410	423	421

▽ 水産加工出荷額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26
158	160	162	165	165	173	175

[県内水揚げの確保・推進]

○黒潮牧場 15 基体制の維持や、イワシ活餌供給の取り組みの推進、メジカの土曜出漁の開始、大型定置網の事業承継や操業再開の支援等により、漁業生産量を確保

▶黒潮牧場でのカツオ水揚げ量

平成 20 年度－22 年度平均：624 トン → 平成 23 年度－26 年度平均：796 トン

▶メジカ漁獲量 平成 24 年－26 年平均：3,756 トン → 平成 27 年：4,375 トン

▶大型定置網の上半期漁獲量 平成 26 年：4,672 トン → 平成 27 年：6,441 トン

[養殖業の振興・拡大]

○クロマグロの養殖漁場の拡大や生産基盤の整備を支援するとともに、平成 26 年度からクロマグロ人工種苗の生産技術開発、平成 27 年度から中間育成の技術開発に着手。平成 24 年 12 月から開始したカンパチ人工種苗の量産技術開発を確立

▶クロマグロ養殖生産量 H24 年:651 トン → H27 年:1,517 トン、平成 27 年度には 1,000 尾の沖出しに成功

▶カンパチ人工種苗 平成 27 年度に 17 万尾の量産に成功

○養殖ビジネススクールの開講、設備投資・新技術の導入支援などにより、養殖魚の品質向上や経営体の経営力の強化につながる

[水産加工業の強化・拡大]

○地域アクションプランの取り組みなどにより、新たな水産加工業の事業化や養殖魚の産地加工の取り組みが広がる

▶新たな加工品出荷額・雇用人数 平成 21 年度：0.1 億円・26 人 → 平成 26 年度：11.4 億円・164 人

▶宿毛地区での養殖ブリの加工・出荷数 平成 26 年度：40,000 尾 → 平成 27 年度：74,000 尾

[少量多品種の特性を活かした外商活動の展開]

○消費地市場とのネットワークを活用したフェアの開催や、「高知家の魚応援の店制度」の創設、東京築地の水産物直販施設「築地につぼん漁港市場」への「さかな屋 高知家」の

オープンなどの外商活動の強化により、本県水産物の取引が拡大

▶関西の量販店でのフェア 平成 27 年度：22 店舗

▶高知家の魚応援の店 平成 27 年度末：585 店舗の県外飲食店が登録

81 の県内事業者が参画（取引額 1.2 億円）

[担い手確保対策の強化]

○漁業就業セミナーの実施や短期・長期研修制度の拡充、受入態勢の強化などにより、新規漁業就業者が増加

▶新規漁業就業者数：平成 22 年：39 人→平成 27 年：47 人（平成 24～27 年の累計：160 人）

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆本県水産業がより多くの若者の雇用の受け皿となるためには、漁業生産量をさらに増加させ、その効果を水産加工や流通などの関連産業により力強く広げていくことが必要

□沿岸漁業生産体制や水産加工の取り組みを強化するとともに、都市圏や海外への外商活動を一層進め、生産から加工・流通に至るクラスターの形成を図る

- ・漁業経営の効率化、法人等の生産現場への参入促進等による生産性の高い漁業への構造転換
- ・人工種苗の量産体制の確立等による養殖生産ビジネスの拡大
- ・既存加工施設の高度化や衛生管理体制の強化、HACCP に対応した加工施設の立地促進などによる市場対応力のある産地加工体制の確立
- ・少量多品種の特性が生きる外商活動の一層の強化、水産物の海外販路の開拓等による流通・販売の強化
- ・新規就業者の積極的な掘り起こしと中核的な漁業者の計画的な育成
- ・高齢者等に対応した漁場づくりや遊漁・体験漁業の振興等による漁村の資源を活かした活動の支援



《第 3 期計画における 4 年後の目標》

○漁業生産額（宝石サンゴ除く）：460 億円以上

○水産加工出荷額：200 億円以上

※第 2 期計画の目標「沿岸漁業生産額」を、第 3 期計画では「漁業生産額（宝石サンゴ除く）」に変更

■ 商工業分野

ものづくり地産地消・外商センターによる一貫サポートなどにより、最終製品の開発・販売に挑戦する企業が増加し、外商が飛躍的に拡大。製造品出荷額等も増加に転じ、目標とした5,000億円を平成25年に前倒しで達成

防災関連産業は、新たな産業として大きく成長。また、コンテンツ産業も企業とのネットワークが広がり、企業集積の土台が形成

▽ 製造品出荷額等の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26
5,498	4,909	4,681	4,981	4,945	5,218	5,260

[ものづくりの振興]

- 平成26年度に「ものづくり地産地消・外商センター」を設置（※）し、ものづくりに関する様々な相談に一元的に対応する仕組みを構築したほか、製品開発への支援策を強化。これにより外商が大きく前進

（※）平成23年度に産業振興センターに開設した「ものづくり地産地消センター」と、平成24年度に設置した「外商支援部」を統合

▶ものづくりの地産地消の推進

相談件数（うちマッチング件数） 平成24年度：400件（78件） → 平成27年度：603件（176件）

▶ものづくり地産地消・外商センターのサポートによる事業化プラン作成件数：65件（平成26～27年度累計）

▶見本市出展回数 平成24年度：13回 → 平成27年度：31回

▶企業訪問回数 平成24年度：1,212回 → 平成27年度：3,328回

▶外商支援の成果（売上額） 平成24年度：2.5億円 → 平成27年度：40.8億円

- 全国トップクラスの助成制度を活用した企業立地の取り組みにより、事務系職場を中心とした新設や既立地企業の増設が進み、新規雇用者が着実に増加

▶立地件数（平成24～27年度）：製造業39件（新設4件、増設35件）、事務系11件（新設9件、増設2件）

▶製造品出荷額等：+350億円（一部推計値含む） ▶新規雇用：1,268人（フル操業時の計画値）

- 防災関連産業交流会の開催や防災関連製品の製品開発等への支援、防災関連製品認定制度の創設、国内外での販路開拓支援などにより、防災関連産業が新たな産業として大きく成長

▶防災関連産業交流会の会員数 150社（平成28年3月末現在）

▶防災関連登録製品数 104件（平成24年度～27年度）

▶防災関連製品登録製品販売額 平成24年度：0.6億円 → 平成27年度：23.8億円

- 県内の産学官の連携による共同研究を促進し、ファインバブル（微細気泡）や動脈可視化装置などの事業化を実現

▶産学官連携産業創出研究推進事業（中期テーマ研究）実施件数：11件（事業化件数4件）（平成24～27年度）

[産業人材の育成・確保]

- 平成27年度に事業承継・人材確保センターを設置し、事業承継や新たな事業展開に必要な

な中核人材の確保に係る支援体制を構築（高知 14 名、東京 2 名）

▶相談件数（うちマッチング件数）事業承継：107 件（4 件）、人材確保：137 件（11 件）（平成 28 年 3 月末現在）

○新規高卒者の県内企業への就職を促進。県外大学との就職支援協定等により県出身県外大学生の県内就職を促進

▶高校生の県内就職割合 平成 23 年度：58.7% → 平成 27 年度：63.9%

▶県出身県外大学生の U ターン就職率 平成 23 年度：14.0% → 平成 26 年度：15.9%

[商業の活性化]

○商店街全体の賑わい創出やチャレンジショップ、空き店舗対策による新規開業支援などにより、空き店舗の活用が進む

▶空き店舗率 平成 23 年度：15.0% → 平成 27 年度：13.1%

[コンテンツ産業の推進]

○コンテンツビジネス起業研究会を平成 22 年に設置し、事業化プランのブラッシュアップや実行を支援。また、県外コンテンツ関連企業へのアプローチ等を実施。本県と県外関連企業とのネットワークが拡大

▶コンテンツビジネス起業研究会の会員数：29 事業者（平成 28 年 3 月末現在）

▶コンテンツ関連企業の立地による新規雇用者数：71 人（平成 25～27 年度累計）

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆本県のものづくり企業の拡大再生産を図るためには、これまでの取り組みに加え、企業の経営ビジョンを実現するための事業戦略の策定から、その実行までを支援していく取り組みが必要

□高知発のものづくりの国内外での展開に向け、ものづくりの強化と外商支援の加速化に取り組む

- ・事業戦略の策定・磨き上げへの支援
- ・ものづくり地産地消・外商センター東京営業本部の設置など外商サポートの強化
- ・防災関連産業のさらなる振興（認定製品のさらなる増加、海外での外商の強化）
- ・新素材等を用いた製品や技術の開発による紙産業の振興
- ・パッケージ型支援策の強化等による事務系職場の集積拡大
- ・助成制度の創設や、人材確保・育成などを含めた支援パッケージによるコンテンツ関連企業のさらなる誘致

《第 3 期計画における 4 年後の目標》

○製造品出荷額等:6,000 億円以上

■ 観光分野

観光商品を「つくる」、その観光商品を効果的にPRして県外に向けて「売る」、本県を訪れる観光客に満足いただけるように「もてなす」という一連のサイクルを抜本強化して取り組んできた結果、目標とした県外観光客入込数 400 万人を 3 年連続で達成。400 万人観光が一定定着

▽ 県外観光客入込数の推移（単位：万人）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
322	315	435	388	384	407	401	408

▽ 観光総消費額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
843	762	1,010	953	1,000	1,102	1,075	1,089

<観光商品をつくる>

[地域地域の観光資源の磨き上げ]

○地域博覧会の開催や広域観光組織の体制強化、地域観光の担い手の育成等を通じて、持続的に観光資源を磨き上げ、魅力的な旅行商品を造成していく仕組みを構築

▶県内6ブロックで広域観光組織の設置

▶地域博覧会の開催

楽しまんと！はた博（平成25年）、高知家・まるごと東部博（平成27年）

▶地域博覧会の開催などを通じた地域地域の旅行商品づくり

体験プログラム数 はた博：65件、東部博：64件

周遊プラン数 はた博：9件、東部博：23件

▶セミナー等の開催による人材育成

土佐の観光創生塾：60名（平成27年度）、広域観光みらい会議：164名（平成27年度）

<売る>

[全国に向けた観光キャンペーンとセールスプロモーションの展開]

○「リョーマの休日」や旅行会社向けセールスキャラバンの実施、首都圏等のマスメディアでの情報発信などの効果的なセールスプロモーション活動を展開

▶観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」の実施

「高知家の食卓」県民総選挙の実施

▶旅行会社向けセールスキャラバンの実施

旅行会社等出席者数（延べ）平成24年度：209社、411人 → 平成27年度：264社、753人

▶首都圏等のマスメディアでの情報発信（メディア露出件数、広告換算）

平成24年度：33件、13.7億円 → 平成27年度：201件、55.6億円

[スポーツツーリズムの推進]

○スポーツイベントの開催やプロスポーツ及びアマチュアスポーツ合宿の誘致を促進。スポーツツーリズムによる観光客誘致の取り組みが前進

▶平成 27 年度新規誘致：全国大学女子野球、なでしこリーグ、東京 6 大学野球

▶スポーツ合宿 平成 23 年度：28,365 人泊 → 平成 27 年度：33,923 人泊

[国別戦略に基づく国際観光の推進]

○東アジアを主要なターゲットとして、国内外での旅行博・商談会への参加やセールス活動の強化、海外向け情報発信コンテンツの充実などの取り組みを積極的に展開。外国人観光客が大幅に増加

▶多言語 WEB サイト (VISIT KOCHI JAPAN) の開設 (平成 27 年 9 月)

▶国内外の旅行博・商談会でのセールス 平成 25 年度：4 回 → 平成 27 年度：22 回

▶海外旅行会社の新規開拓数：175 社 (平成 25～27 年度累計)

▶外国人延べ宿泊者数 平成 23 年：1.6 万人泊 → 平成 27 年：4.5 万人泊

<もてなす>

[受入環境の整備]

○龍馬パスポートを活用した周遊促進や、おもてなしトイレ・おもてなしタクシーなどのおもてなし活動を官民挙げて推進

▶龍馬パスポート発行：146,902 人 (平成 28 年 3 月末時点)

▶おもてなしトイレ：721 箇所、おもてなしタクシー：486 人 (平成 28 年 3 月末時点)

○多言語案内板・パンフレット、Wi-Fi 環境の整備など外国人観光客の受入態勢を強化

▶免税店 平成 26 年 4 月：4 店舗 → 平成 28 年 4 月：104 店舗

▶外国クルーズ船の寄港 平成 24 年度：0 隻 → 平成 27 年度：3 隻

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆次の目標である 435 万人観光を早期に実現するためには、本県観光の強みである歴史・食・自然を生かした観光地づくりと国際観光にも対応できる受入環境の整備が必要

□外国人観光客にも対応する歴史・食・自然を連動させた観光地づくりを加速させる

- ・「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた歴史資源のリアル化と観光クラスターの形成
- ・アウトドア拠点の整備
- ・外国人観光客にも対応した受入基盤の抜本的整備
- ・外国人向け旅行商品づくりの抜本強化、よさこいの海外向けプロモーションの展開
- ・観光産業を支える人材の育成と事業体の強化



《第 3 期計画における 4 年後の目標》

○県外観光客入込数：435 万人以上

○観光総消費額：1,230 億円以上

■ 地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）

現時点では目標とする 935 億円には届いていない（※）ものの、人口減少により県内市場が縮小する中でも、食料品製造業出荷額等を一定維持 ※p. 98 下の注意書き参照

高知県地産外商公社の外商サポートにより、外商に挑戦する事業者が増加し、成約件数・金額ともに飛躍的に拡大。また、戦略的なプロモーションにより、高知ユズが海外で認知され市場が広がるなど、食料品の輸出額は、当初目標の 2 億円を前倒しで達成

▽ 食料品製造業出荷額等の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26
906	862	861	864	884	873	892

[県外市場への売り込みの強化]

- 地産外商の推進母体となる高知県地産外商公社を平成 21 年に設立。首都圏ではアンテナショップ「まるごと高知」を拠点に外商活動を推進
- 名古屋事務所、大阪事務所の外商の取り組みを大幅に強化するとともに、平成 27 年度からは公社の活動範囲を関西・中部、中国・四国・九州に拡大して、外商活動の全国展開を推進

▶地産外商公社の体制：東京 27 人、大阪 2 人、高知 4 人（平成 28 年 3 月末現在）

▶高知県と地産外商公社の支援による外商の主な成果

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
外商成約件数	178	444	1,327	2,603	3,333	4,393	6,555
うち定番採用	77	264	611	1,117	1,828	2,420	3,690
成約金額（億円）	—	—	3.41	7.68	12.35	16.06	20.79
広告換算（億円）	—	17	23.3	22.2	68.1	52.4	60.6
まるごと高知売上（億円）	—	2.5	3.9	3.9	4.2	4.4	4.7

▶県内外での高知フェア・商談会等の開催（地産外商公社実施分を含む）

平成 23 年度：129 回 → 平成 27 年度：255 回

▶外商活動への参画事業者数（地産外商公社の仲介・あっせん数）

平成 23 年度：103 社 → 平成 27 年度：137 社

[農林水産物の外商支援] 【再掲】

- 農産物：パートナー量販店等での販促活動、中食、外食等の業務加工需要の顧客開拓
- 水産物：消費地市場と県内産地市場との交流会、大都市圏における本県水産物の販売力の強化（「高知家の魚 応援の店」の創設、「さかな屋 高知家」のオープン）

[海外の販路開拓に挑戦]

○本県に強みのあるユズを中心としたフランスやシンガポールでの認知度向上の取り組みのほか、香港、台湾などでのフェアの開催など各事業者のステージに応じたサポートを実施。食料品の輸出額が増加するとともに、新たに貿易に挑戦する実践者も拡大

▶海外での商談会やフェア等への参加事業者 平成23年：4回、24社→平成27年：13回、49社

▶国内外でのセミナーや商談会の開催等

貿易促進コーディネーターによるサポート（平成21～27年度累計）：延べ3,042件

平成21～23年度累計：延べ982件 → 平成24～27年度累計：延べ2060件

▶フランス、スペイン、デンマーク、ベルギー、アメリカ、シンガポール、オーストラリアでユズ賞味会開催（ユズ果汁・ユズ玉等輸出（平成26年）：103t）

▶食料品の輸出額 平成23年：1.3億円 → 平成26年：3.4億円

[食品加工の生産管理の高度化・市場が求める商品づくり]

○消費地から求められる生産管理（衛生・品質管理、食品表示）の高度化や市場が求める商品づくりに取り組む事業者が増加

▶(旧)県版 HACCP 認定施設 平成22年度以降：25施設

▶高度衛生管理手法認定 平成24年度開始以降：29施設

▶県内量販店でのテストマーケティング 平成27年度：8社13回

▶「まるごと高知」を活用したテストマーケティング・催事 平成27年度：39社198商品

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆食品加工業をさらに伸ばすためには、市場が求める衛生基準への対応や、売上規模の大きな事業者の外商拡大が必要

□市場が求める商品づくりや生産管理の高度化を一層推進するとともに、外商公社の全国展開をさらに進める

- ・事業者への HACCP 手法の導入支援
- ・各企業の事業化プランの策定・実行のサポートにより拡大再生産に向けた企業の成長を後押し
- ・地域に根差した食品産業クラスターの形成
- ・主力のユズ・日本酒に加え、土佐材、養殖魚、農産物等の輸出に挑戦



《第3期計画における4年後の目標》

○食料品製造業出荷額等:1,000億円以上

■ 移住促進による地域と経済の活性化

移住に至るまでのプロセスを5段階に分けて、それぞれに応じた対策を実施。移住・定住に向けた一連の官民協働による仕組みが整い、目標とした本県への移住者数の年間500組を達成

移住者が地域や経済の担い手として活躍するといった成果が表れ始める

▽ 移住達成までの各ステップの実績

	「高知家で暮らす。」アクセス数	相談者数	暮らし隊会員登録者数	移住者数	うち県の相談窓口を通じた移住者数
H23	—	—	371人	120組 241人	47組 104人
H24	260,012件	1,259人	503人	121組 225人	64組 111人
H25	430,080件	1,817人	690人	270組 468人	91組 168人
H26	429,236件	3,458人	1,398人	403組 652人	166組 294人
H27	525,243件	3,943人	1,112人	518組 864人	230組 411人

[Step 1 : 高知を知って・好きになってもらう]

○高知家プロモーションと連動した移住のPRにより、高知ファンの増加や高知の認知度向上が図られる

▶高知家の認知度 平成25年度：22% → 平成27年度：36%

[Step 2 : 移住に関心を持ってもらう]

○移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」の機能強化や「幸せ移住パッケージシステム」による情報提供、アクティブな情報発信等を実施。高知ファンや移住関心層の掘り起こしにつながる

▶「高知家で暮らす。」のアクセス数 平成24年度：260,012件 → 平成27年度：525,243件

[Step 3 : 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう]

○移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応のほか、移住体験ツアーや都市部等での移住相談会の実施、人財誘致の取り組みなど、関心から行動へと促すための情報や機会を提供。これにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「高知で暮らし隊」会員登録につなげることができた

▶移住・交流コンシェルジュ 平成25年度：6名 → 平成27年度：10名

東京相談窓口の開設 まるごと高知（平成26年度～）、ふるさと回帰支援センター（平成27年度～）

大阪出張相談の開始（平成26年度～）

▶移住体験ツアー、都市部等での移住相談会 平成24年度：28回 → 平成27年度：38回

▶県と協定を締結した民間人材ビジネス事業者と連携した人財誘致の取り組みの開始（平成26年度～）

[Step 4 : 移住について真剣に考えてもらう]

○移住・交流コンシェルジュ、市町村の移住専門相談員・地域移住サポーターが綿密に連携し、移住希望者に寄り添いながら、不安解消に向けたサポートやきめ細かな情報提供等を実施

○移住促進策と各産業分野の担い手確保策との連携や市町村の受け入れ体制の充実等により、相談から移住までの一連の支援体制が整い、移住者が大幅に増加

▶官民協働による具体的な移住促進策の協議を行う「高知県移住推進協議会」を平成 25 年度に設立

▶移住専門相談員 平成 24 年度：10 市町村 → 平成 27 年度：26 市町村 37 人

▶移住促進策と各産業分野の担い手確保対策との連携

農業分野：農業担い手育成センター、就農コンシェルジュ

林業分野：林業学校、小規模林業推進協議会、林業労働力確保支援センター

水産業分野：漁業就業アドバイザー 商工業分野：事業承継・人材確保センター 等

▶お試し滞在住宅や移住者支援施設等の整備 平成 23 年度：11 市町村 → 平成 27 年度：21 市町村

▶市町村による空き家の中間保有の促進等（平成 26 年度～）

[Step 5：高知に安心して住み続けてもらう]

○移住専門相談員や地域移住サポーターによるきめ細かなフォローアップや、移住者交流会の開催による移住者間のネットワークづくりなど、地域になじんでもらい、住み続けていただくための地域の受け入れ体制を充実

▶地域移住サポーター（県から委嘱） 平成 27 年度：16 市町村 77 人

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆ 全国的な地方創生の動きの中で、他県との競争がより厳しくなることが想定。また、地域における後継者や中核人材確保の要請も高まってきており、移住促進の取り組みの更なるパワーアップが必要

□ 移住希望者への情報発信や、地域の受け入れ体制などをさらにレベルアップする

・リーチ（届く範囲）を広げる

高知ファンにとどまらず移住関心層への情報発信の大幅拡大

・アクティブに働きかける

事業承継・人材確保センターを中心とした人財誘致、各分野の担い手確保策との連携（都市部人材と地域をつなぐ仕掛けとなるツアーの実施等）、起業家の誘致

・ゲートウェイ（受け皿）を広げる

高知版 CCRC の展開など、移住について真剣に考えてもらう仕掛けの強化



《第 3 期計画における 4 年後の目標》

○県外からの年間移住者：1,000 組以上

■ 産業人材の育成・確保

各産業を支える人材の育成・確保が図られ、地産外商が一層活発に。「事業承継・人材確保センター」や「産学官民連携センター」が開設し、地産、外商、拡大再生産を後押しする仕組みが整う

[第一次産業の担い手確保]【再掲】

<農業>

○新規就農の総合窓口となる就農コンシェルジュを配置し、研修から就農までを一貫サポートする仕組みを構築。また、平成 26 年度に農業担い手育成センターを開設し、研修や先進技術の普及体制を強化。これらの取り組みにより新規就農者が増加

▶新規就農者数：平成 23 年：234 人→平成 27 年：269 人（平成 24～27 年の累計：1,014 人）

○産地が求める人材を募集する産地提案型の担い手確保対策を推進

▶産地提案書策定数：25 市町村 31 提案（平成 27 年度末時点）

<林業>

○林業労働力確保支援センターと連携して林業就業者の確保対策を推進

▶林業就業者数は、他産業への流出の影響等により減少 平成 23 年度：1,661 人 → 平成 26 年度：1,602 人

○平成 27 年度に林業学校を開設し、即戦力となる人材を育成する基礎課程がスタート。さらに平成 30 年 4 月には高度で専門的な人材を育成する専攻課程がスタート予定

▶林業学校基礎課程の修了者 平成 27 年度：14 名

○「小規模林業推進協議会」を設立し、小規模林業の実践者を組織化。政策パッケージによる一体的支援により小規模林業を推進

▶小規模林業推進協議会構成員（平成 27 年度末）：304 名

<水産業>

○漁業就業セミナーの実施や短期・長期研修制度の拡充、受入態勢の強化などにより、新規漁業就業者が増加

▶新規漁業就業者数：平成 22 年：39 人→平成 27 年：47 人（平成 24～27 年の累計：160 人）

[産業人材の育成・担い手の確保]

○本県の産業人材の育成の核となる取り組みとして、平成 24 年度から「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐 MBA）」をスタート。学びを生かして地産外商に挑戦し、成果を上げる事業者が増加

▶科目数、受講者数 平成 24 年度：25 科目、延べ 1,672 人 → 平成 27 年度：35 科目、延べ 1,718 人

○観光やものづくり、6 次産業化等、各分野の担い手を育成

▶セミナー等の開催による人材育成（主なもの）

土佐の観光創生塾：60 名（平成 27 年度）、広域観光みらい会議：164 名（平成 27 年度）

農業創造セミナー（実践コース）：56 グループ参加（平成 22～27 年度累計）

ものづくり技術研修：2,635 人（平成 22～27 年度累計）

○県内全ての高等教育機関の協力のもと、「知の拠点」「交流の拠点」「人材育成の拠点」という3つの拠点機能を持つ産学官民連携センター（ココプラ）を開設し、平成27年4月から取り組みをスタート

▶大学等のシーズ・研究内容紹介：全26回、609人参加（以下、平成27年度実績）

▶経営者トーク：全10回、249人参加

▶高知家フューチャーセミナー：全4回、285人参加

▶アイデアソン：全2回、60人参加

▶連続講座：4コース、全22回、143人参加

○平成27年度に事業承継・人材確保センターを設置し、事業承継や新たな事業展開に必要な中核人材の確保に係る支援体制を構築（高知14名、東京2名）【再掲】

▶相談件数（うちマッチング件数）事業承継：107件（4件）、人材確保：137件（11件）（平成28年3月末現在）

○新規高卒者の県内企業への就職を促進。県外大学との就職支援協定等により県出身県外大学生の県内就職を促進【再掲】

▶高校生の県内就職割合 平成23年度：58.7% → 平成27年度：63.9%

▶県出身県外大学生のUターン就職率 平成23年度：14.0% → 平成26年度：15.9%

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆ 依然として、各産業の担い手が不足しており、担い手確保対策と移住促進策との更なるリンケージの強化が必要

□ 移住施策とも連携した県内外での担い手確保と将来を担う人材の育成に取り組む
＜移住・人財誘致の促進＞

・リーチ（届く範囲）を広げる【再掲】

高知ファンにとどまらず移住関心層への情報発信の大幅拡大

・アクティブに働きかける【再掲】

事業承継・人材確保センターを中心とした人財誘致、各分野の担い手確保策との連携（都市部人材と地域をつなぐ仕掛けとなるツアーの実施等）、起業家の誘致

・ゲートウェイ（受け皿）を広げる【再掲】

高知版 CCRC の展開など、移住について真剣に考えてもらう仕掛けの強化

＜U・Iターン等の促進＞

・学生に確実に情報が届く仕組みの構築（保護者等に対する県内企業情報等の提供、奨学金の返還支援制度を活用した産業人材の確保等）

＜第一次産業分野での担い手確保対策＞

・林業学校の充実強化、法人等の参入による中核的な漁業者の育成等

＜本県の産業を担う人材の育成＞

・起業関連やアプリ開発等の講座の新設や県中央部以外での学びの機会の強化等、土佐まるごとビジネスアカデミーをさらに充実

・地域主体の人材育成の取り組みを支援

4 地域アクションプランの総括

地域アクションプランについては、県内7つのブロックに置く産業振興推進地域本部を中心に、ソフト、ハードの施策を組み合わせ、きめ細かなサポートを行うとともに、PDCAサイクルによる点検・検証・改善を通して、取り組みの充実を図ってきました。

＜地域アクションプランへの主な支援（第2期計画期間中）＞

- 産業振興推進総合支援事業費補助金：77件、県補助額1,199,322千円
- 観光拠点整備等補助金等：143件、県補助額941,012千円
- 産業振興アドバイザー（専門家の派遣）：163件、延べ499回

その結果、葉にんにくやシラスなど地域資源を活用した新たな農水産加工品が数多く誕生し、さらに、県内各地に地域産品の販売拠点となる直販施設が次々とオープンしたことで、地域の加工品づくりが活発になってきました。

また、土佐備長炭や土佐あかうし、きびなごやカツオ等の水産加工の取り組みでは、需要の増大や衛生管理の高度化に対応して生産体制が強化され、外商がさらに加速するという、拡大再生産に向けた良い流れが生まれてきましたし、ユズの青果や地域資源を活用した冷菓などでは海外への輸出の取り組みが定着・拡大しています。

観光分野では、室戸ジオパークセンターやよさこい情報交流館など、地域の核となる新たな観光拠点施設の整備が進んだほか、地域地域で観光資源の磨き上げや観光人材の育成が図られたこと等により、旅行商品の造成が進展し、400万人観光の定着に貢献しました。

こうしたことから、全体としては、地域に新たな産業が生まれるとともに、地産、外商の挑戦により順調な成長を続けており、地域の雇用の創出と所得の向上につながっています。また、地域アクションプランの取り組みが、地域における新たな経済活動の基盤として重要な役割を果たすようになってきたところも一部に見られるようになってきました。

しかしながら、一部に取り組みの遅れているものや、課題のあるものも見られており、引き続き、実行支援チームによるサポートの強化等、さらなる対策が必要です。

▽ 地域アクションプランへの位置付けによる新たな挑戦が増加

- ・第2期計画期間中の追加48件

＜地域アクションプランの項目数（単位：件）＞

年度／地域	安芸	物部川	高知市	嶺北	仁淀川	高幡	幡多	計
H24当初	28	23	30	27	38	33	41	220
H27最終	34	26	32	28	40	48	48	256

（プランの動きについては分割・統合・削除があるため、全体の増減数と追加数は一致しません）

- ・第3期計画当初の新規28件

▽ 地域アクションプランによる雇用の創出：522人（第2期計画期間中）
 [参考：第1期計画期間中の雇用創出数 623人]

▽ 平成21～25年度に産業振興推進総合支援事業費補助金を活用した地域アクションプラン関連事業（売上高により補助事業の効果を図ることが適当と判断される事業に限る）の売上増加額（※）

（※各事業における補助金の活用前と当該年度の売上の伸びの合計）

- ・平成24年度 約20.96億円 [65事業 95件]
- ・平成25年度 約29.66億円 [73事業 107件]
- ・平成26年度 約36.48億円 [87事業 126件]

[主な成果等]

- 地域資源を活用した新たな農水産加工品が誕生
 葉にんにくのたれ、アレルゲン対応グルメ缶詰、栗加工品、シラス加工品、米焼酎、トレフルッタ加工品、カンパチ加工品、四万十ポーク加工品 等
- 地域産品の販売拠点となる直販施設が次々とオープンし、地域の加工品づくりが活発化
 東洋町海の駅、キラメッセ室戸「楽市」、JA長岡「なの市」、津野町満天の星、村の駅ひだか、JA四万十みどり市、なぶら土佐佐賀、JA土佐くろしお「土佐くろしお村村営とさっ子広場」 等
- 需要の増大や衛生管理の高度化に対応して生産体制が強化され、外商がさらに加速
 土佐備長炭、土佐あかうし、きびなご加工品、カツオ・ブリの加工品、洋ラン、宗田節加工品 等
 ⇒土佐備長炭は生産量全国一に
- 海外への新たな挑戦が定着・拡大
 《ユズ》フランス等ヨーロッパ諸国に4年連続で青果を輸出 約3t（H24）→約4t（H27）
 《地域産品を使用した冷菓》海外市場での売上が増加 5,554千円（H22）→36,915千円（H27）
 《洋ラン》海外輸出に向け営業活動を展開
 《仁淀川流域木材》県産材住宅の部材1棟分を韓国に初輸出（H26）
- 新たな観光拠点施設の整備や地域地域の観光資源の磨き上げ、観光人材の育成、旅行商品の造成などが進展。また、地域博覧会などを通じて、広域観光組織の機能強化も進む。
 ・観光拠点施設の整備（室戸ジオパークセンター、よさこい情報交流館、海洋堂ホビー館等）
 ・地域博覧会の開催（H25はた博、H27東部博）
 ⇒体験プログラムの数：幡多地域63（H25はた博）、東部地域64（H27東部博）

[各地域の主な取り組みと成果]

安芸地域	ユズの青果輸出におけるヨーロッパとの取引の定着化や、シラス加工施設の整備、土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化により、販売額の増加や新たな雇用の創出が図られた。その他、地域博覧会開催を契機として、室戸ジオパーク等の観光拠点施設の整備や観光商品づくりが進み、東部地域の観光資源の魅力向上が図られた。
物部川地域	農業分野では、直販所「なの市」「やすらぎ市」の整備により、新たな雇用の創出が図られた。また、シイラの販路開拓や、「シャモ鍋セット」などの特産品開発も進んだ。その他、観光面では「高知中央広域観光協議会」が設立され、交流人口の拡大に向け圏域一体となった観光客の誘致活動を展開した。

高知市地域	農産品加工施設の機能強化や、民間事業者と連携したトマトや乳製品の開発など、農産加工による付加価値向上が図られた。また、県産竹材を用いた製品では材料の安定出荷体制を構築した。その他、観光分野では、近隣地域等との連携により滞在型・体験型観光を推進し、観光商品づくりが進んだ。
嶺北地域	れいほくブランドの園芸産地を維持するための研修の充実や土佐あかうしの生産基地の整備、大型製材工場の稼働などにより、新規就農者や新たな雇用の創出が図られた。また、大阪圏都市部の行政、民間団体や県外の大学等と連携し、地域資源の掘り起こしや新たな商品開発、販促活動の充実に取り組み、人的・物的交流が拡大した。
仁淀川地域	仁淀川など観光資源を活かした観光客の誘致が進み、カヌー・ラフティング、屋形船等の新たな体験型観光メニューの利用者が増加。その他、地域産品の販売拠点となるドラゴン広場や村の駅ひだかの整備、地域資源を活用したアイスクリームやカット野菜、一本釣りうるめいわし等の販売促進により、生産者の所得向上や新たな雇用の創出が図られた。
高幡地域	津野町アンテナショップは好調な販売により新たな雇用に創出、四万十町の滞在型市民農園も高い稼働率を継続し移住者の増加に繋がっている。観光分野では「2016 奥四万十博」に向け、5市町村による協議会設立や商工団体・住民の参画により受入準備が進んでいる。その他、四万十の栗や葉にんにく等、地域の素材を活用した加工品づくりなど、新たな取り組みも生まれた。
幡多地域	農林水産加工の販路拡大が進み、事業拡大に着手する取り組みも増えた。商談会への積極的な参加や生産体制の強化により、水産加工品や宗田節、ユズ、備長炭、黒潮町の缶詰などでは、売上の増加や新たな雇用の創出が図られた。その他、観光分野では、「はた博」「はた旅」の誘客促進の取り組みにより、認知度が向上し、観光施設等への入り込みや一般旅行者数が増加した。

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

- ◆地域の雇用を数多く生み出す基幹産業となるためにはより大きな展開が必要
⇒□産業振興推進地域本部を中心とするきめ細かなサポートにより、外商や拡大再生産に向けた挑戦を後押しする
- ◆取り組みが遅れているものや課題がある案件への支援の強化が必要
⇒□うまくいかなかった要因を分析し、必要な手立てを講じる
- ◆地域を元気にするためには地域アクションプランの取り組みをさらに広げていくことが必要であるが、地域によっては担い手がない、または偏在している
⇒□地域が主体の担い手育成を支援することにより、地域の産業を牽引する意欲ある実践者を育成し、新たな取り組みへの挑戦をサポートする
- ◆地域に若者が残るためには、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を数多く創出することが必要
⇒□地域アクションプランの取り組みを土台とした地域産業クラスターの形成に全力で取り組む

【参考資料：各施策、地域アクションプランで設定した数値目標の達成状況】

第2期計画の取り組み一つひとつについても、具体的な取り組みや成果、目標に対する実績などを確認し、総括をしました。また、この総括の中では、「達成状況を客観的に評価できる目標」については、次の4段階評価を実施しています。

「数値目標等に対する客観的評価」の方法

- ・達成状況を客観的に評価できる目標について、以下により4段階評価を実施
(客観的に評価できない定性的な目標については、「-」としている)

区分	評価基準	
A+	第2期計画の取り組み開始時と比べて、数値を改善もしくは維持できたもの、または状況を改善できたもの	・数値目標を達成したもの → 数値目標の達成率(または達成見込率)が100%以上 ・数値目標ではないが客観的評価ができる目標を達成した(または達成する見込みがある)もの
A		・数値目標をほぼ達成したもの → 数値目標の達成率(または達成見込率)が60%以上100%未満
A-		・数値目標の達成に向けて十分な進展が見られなかったもの → 数値目標の達成率(または達成見込率)が60%未満
B	第2期計画の取り組み開始時と比べて、数値を改善もしくは維持できなかったもの、または状況を改善できなかったもの	

(※) 4段階評価は、一つひとつの取り組みの進展を確認し、その改善を図っていくために実施するものですが、産業振興計画の目指すところは、地産外商を進め、産業全体の底上げを図ることで、「地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県」を創っていくことにあり、この実現に向けて、計画全体として、どういう成果が上がったかがむしろ重要と考えています。

したがって、計画全体の総括及び各分野の総括とあわせて見ていくことが必要となります。

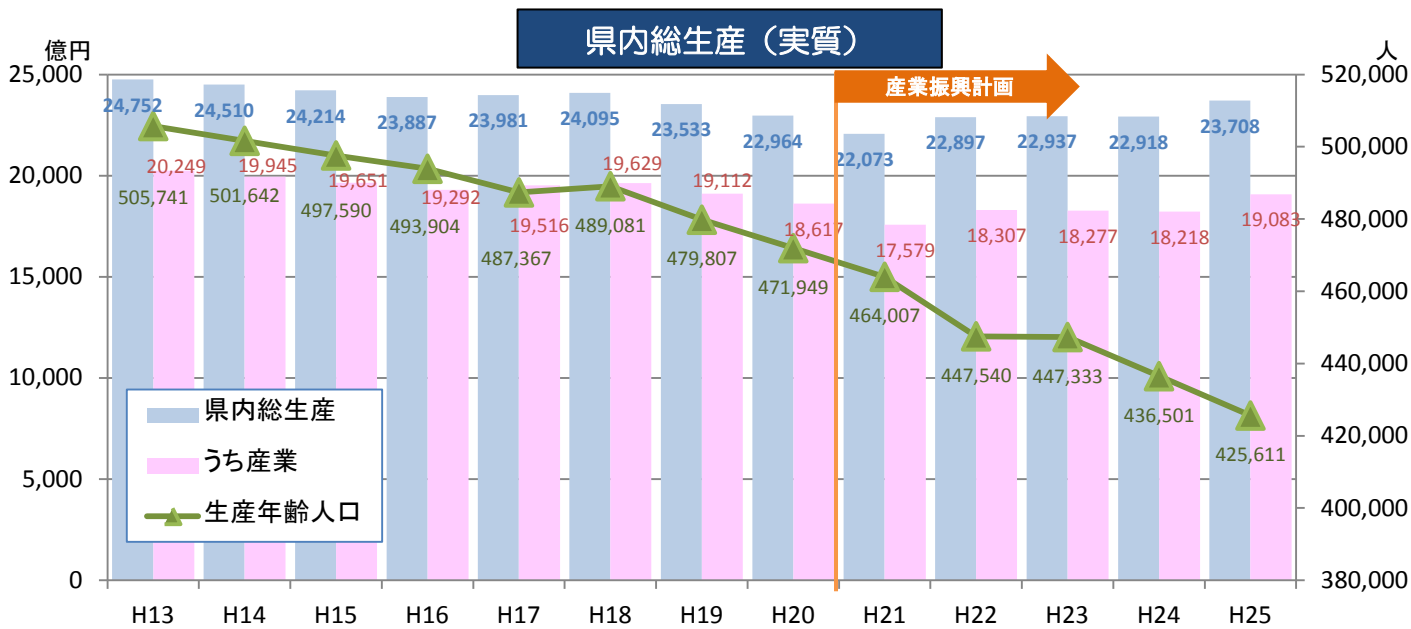
《産業成長戦略》

分野別	評価計	A+	A	A-	B	-
農業分野	79	47	9	9	14	17
林業分野	19	7	6	3	3	13
水産業分野	31	18	4	7	2	49
商工業分野	40	20	9	7	4	22
観光分野	14	9	2	1	2	24
連携テーマ	59	30	12	7	10	32
合計	242	131	42	34	35	157

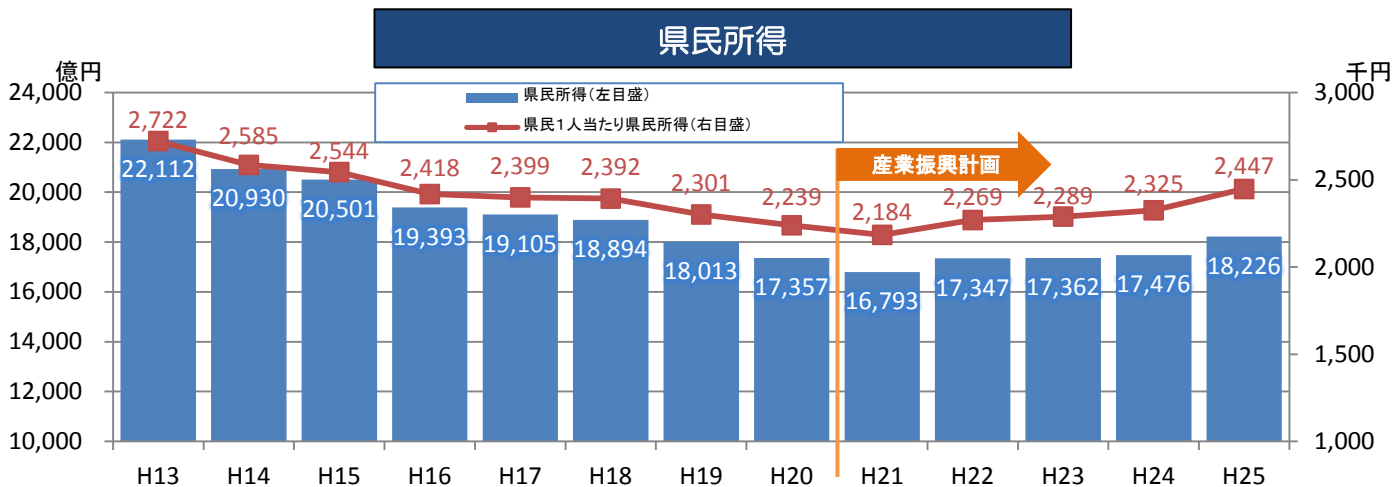
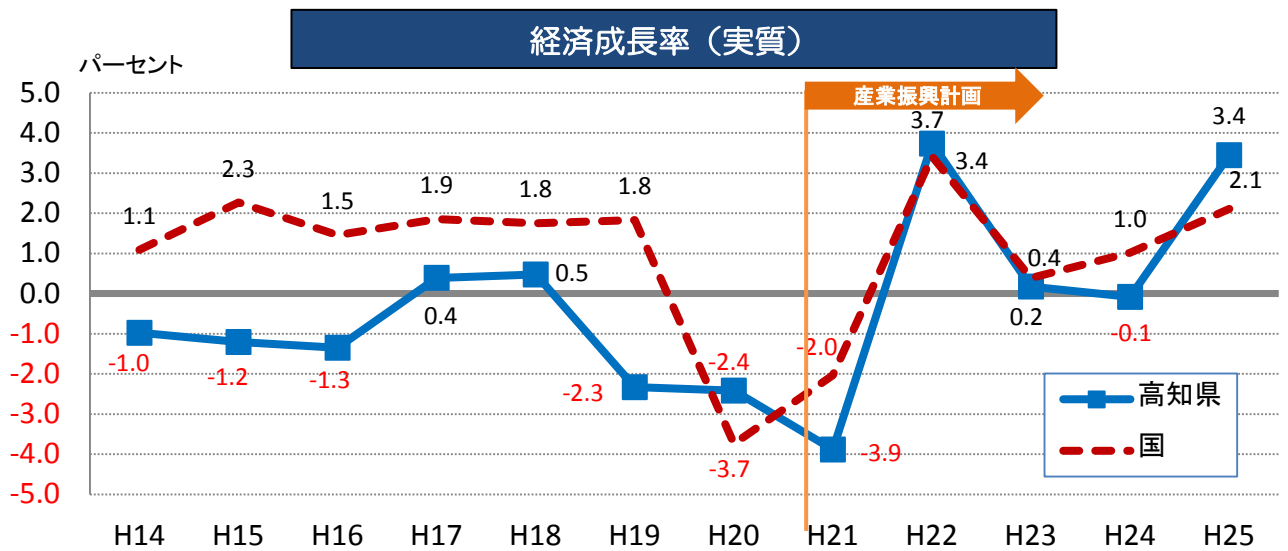
《地域アクションプラン》

分野別	評価計	A+	A	A-	B	-
安芸地域	49	15	4	15	15	10
物部川地域	48	26	6	5	11	1
高知市地域	36	9	4	7	16	5
嶺北地域	39	15	4	14	6	0
仁淀川地域	62	18	9	13	22	4
高幡地域	68	21	10	17	20	6
幡多地域	74	23	7	29	15	1
合計	376	127	44	100	105	27

V 高知県経済等の動向（平成29年3月現在）



出典：県民経済計算（県統計課）

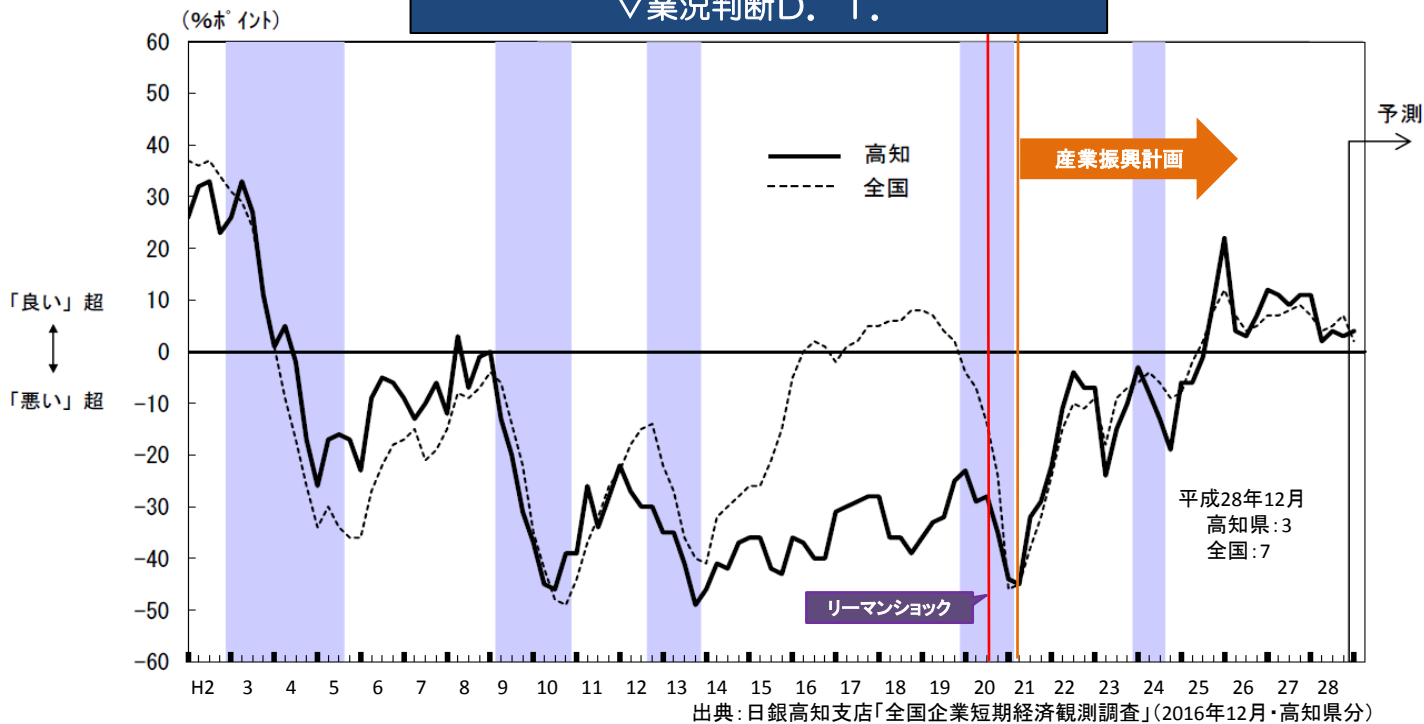


・平成28年2月公表の平成25年度県内総生産は、生産年齢人口が減少を続ける中であっても、**実質では2兆3,708億円と前年度比3.4%増（24年度同0.1%減）と2年ぶりのプラス**となり、本県の経済成長率は国全体の経済成長率を上回った（名目では2兆2,627億円と前年度比3.1%増（24年度同0.3%減）で3年ぶりのプラス）。

・県民所得、一人当たり県民所得いずれも平成22年以降、増加傾向にある。

※名目値とは、実際に市場で取り引きされている価格に基づいて推計された値。実質値とは、ある年（参照年）からの物価の上昇・下落分を取り除いた値。

▽業況判断D. I.



- 《全国》
- ・全産業の業況判断D.I.は前回調査（H28.9月）と比べて2ポイント改善した。
 - ・大企業（資本金10億以上）は前回調査比で2ポイント改善、中小企業（資本金1億円未満）は前回調査比で2ポイント改善した。
- 《本県》
- ・全産業の業況判断D.I.は前回調査（H28.9月）から概ね横ばいの動きとなった（前回4→今回3）。（製造業では平成28年9月調査の16から9へと7ポイントの悪化、非製造業ではマイナス1から1へと**2ポイントの改善**）
 - ・先行き（平成29年3月までの見通し）については、現状対比概ね横ばいを見込んでいる（全産業：今回3→先行き4）。

▽設備投資計画

前年度比 単位:%

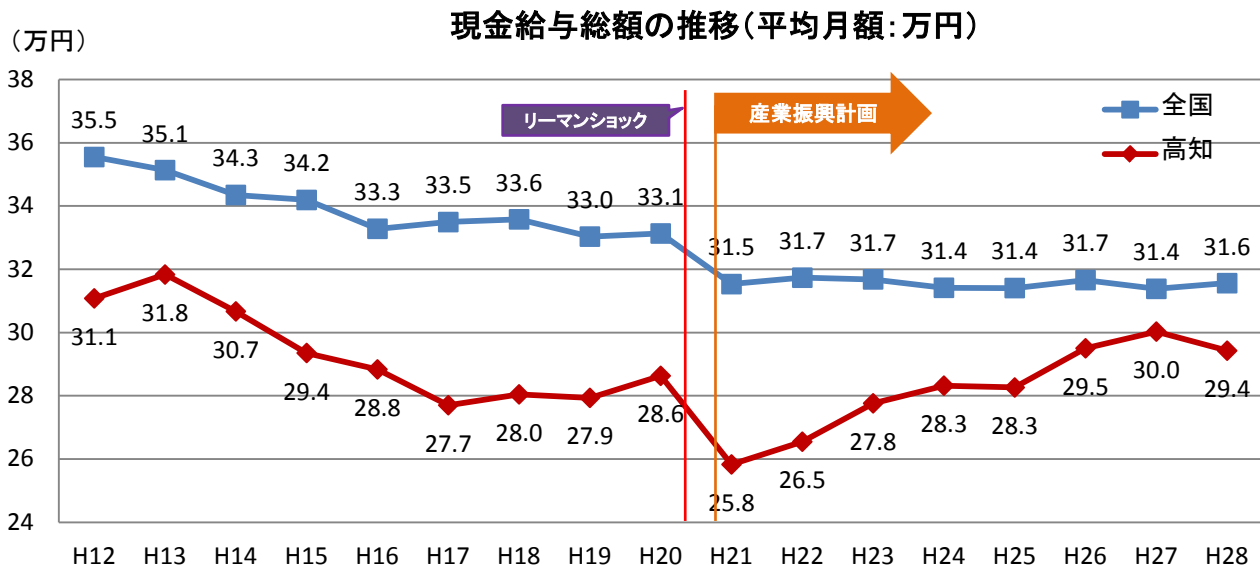
	実績						2016年度計画		
	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	年度全体	上期実績	下期計画
全産業	+0.4	+61.8	+8.1	▲ 39.1	+36.7	+34.6	▲ 30.0	▲ 35.2	▲ 25.1
製造業	+19.6	+81.1	▲ 27.4	▲ 33.5	+68.1	2.1倍	▲ 36.5	▲ 40.1	▲ 32.7
非製造業	▲ 17.3	+36.2	+70.7	▲ 43.3	+20	▲ 18.4	▲ 18.0	▲ 24.8	▲ 12.4

出典: 日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」(2016年12月・高知県分ほか)

《日本銀行調査》

- ・2015年度の設備投資額は、**前年度を3割強上回る実績**となった。
（全産業：プラス34.6%、製造業：2.1倍、非製造業：マイナス18.4%）
- ・2016年度の設備投資額は、前年度まで2期連続で3割強の大幅増加となった反動もあって、前年度を3割下回る計画となっている。
（全産業：マイナス30.0%、製造業：マイナス36.5%、非製造業：マイナス18.0%）

▽現金給与総額（事業所規模5人以上、調査産業計、男女計の平均月額）



出典：現金給与総額（毎月勤労統計調査：県統計課、厚生労働省）

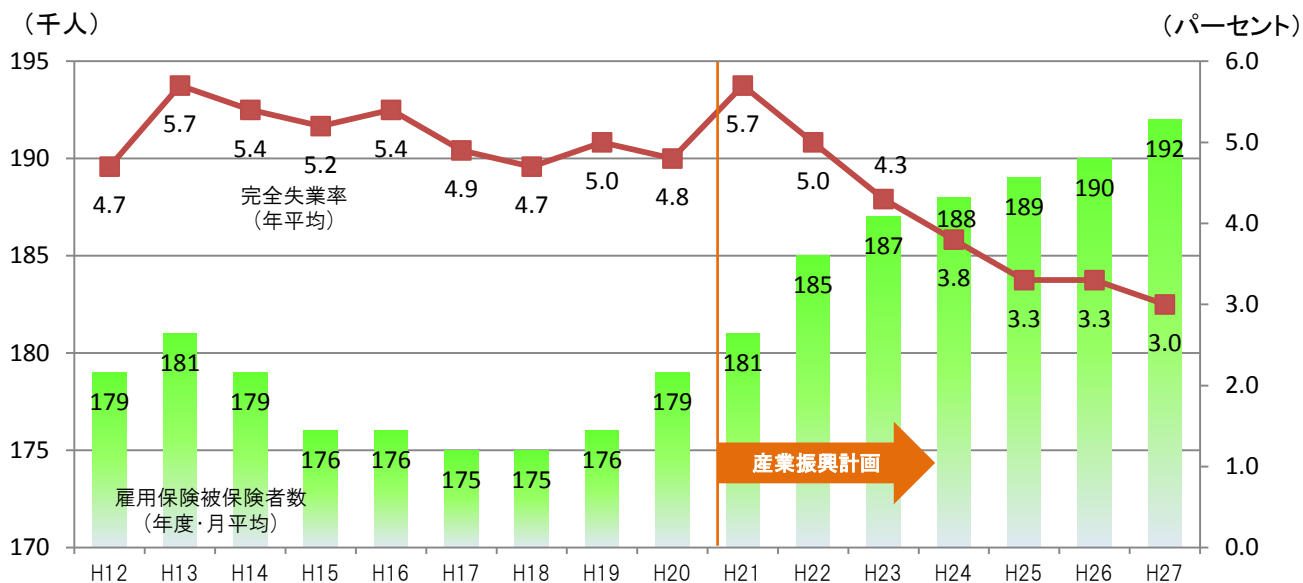
《全国》

リーマンショック時の平成21年に一旦落ち込み、その後の景気回復局面（H22～）においては、ほぼ横ばいで推移している。

《本県》

全国と同じく平成21年に一旦落ち込んだものの、その後ほぼ横ばいで推移している全国に対し、平成22年からは増加傾向に転じている。その結果、全国との差が大幅に縮小している。

▽雇用保険被保険者数・完全失業率



出典：雇用保険被保険者数（高知労働局「雇用こうち」）
完全失業率（労働力調査：県統計課）

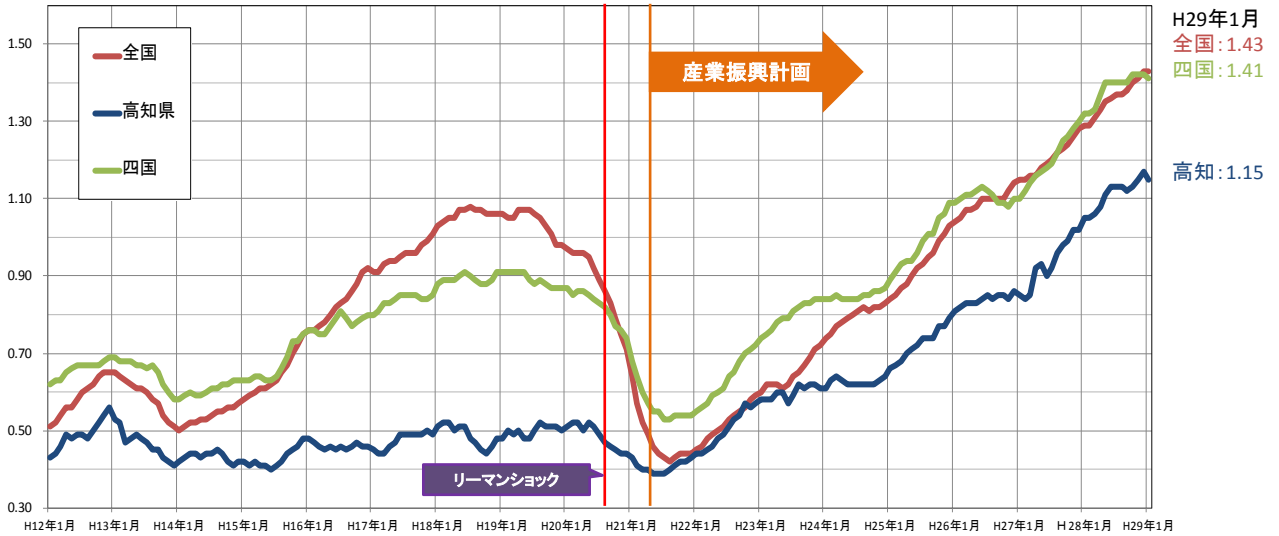
《雇用保険被保険者数》

平成19年度以降、増加傾向となっている。

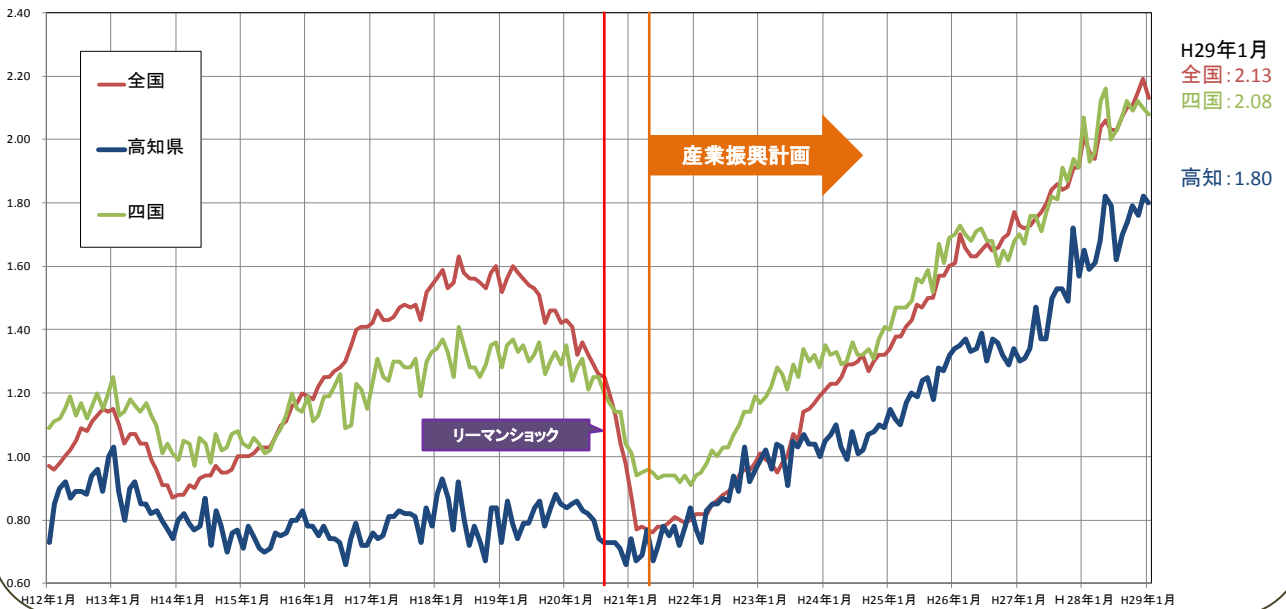
《完全失業率》

平成22年以降、減少傾向となっており、平成27年は3.0パーセントまで改善している。

▽有効求人倍率(季節調整済み)



▽新規求人倍率(季節調整済み)

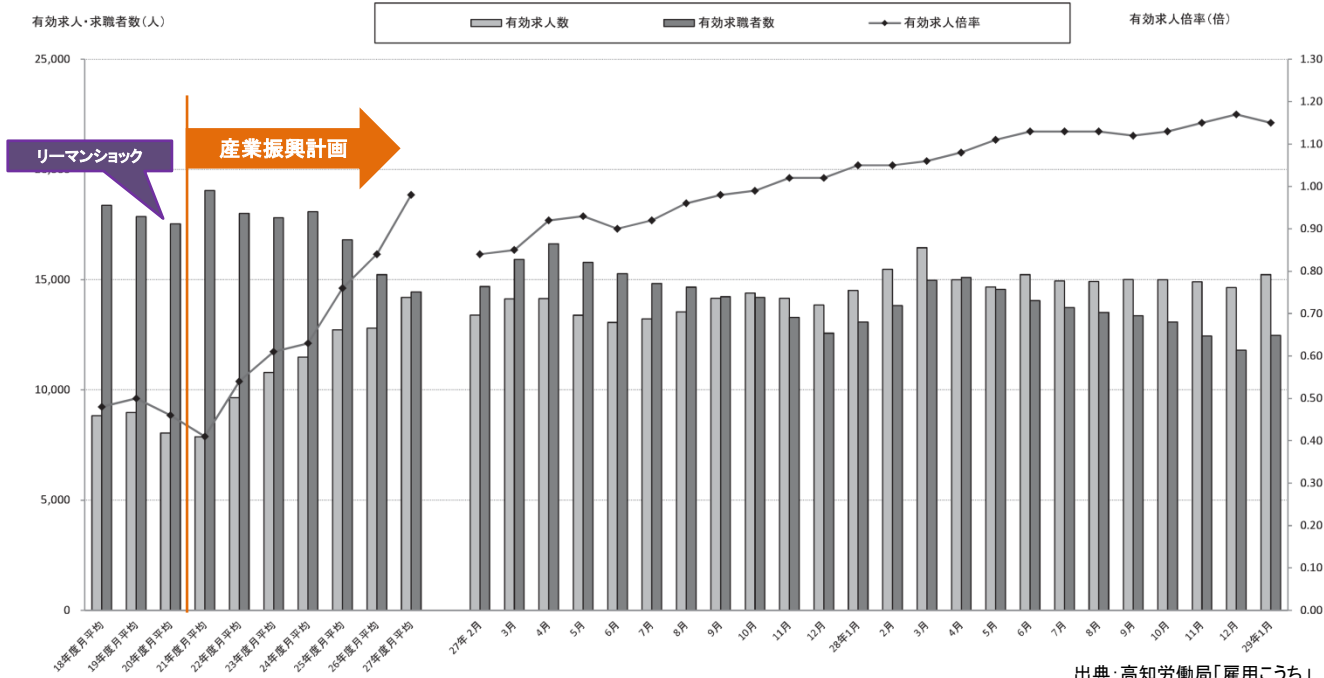


▽主な職業分類別 有効求人倍率(パート含む常用)

職業	高知県				全国			
	H27年 7月	H28年 1月	7月	H29年 1月	H27年 7月	H28年 1月	7月	H29年 1月
専門的・技術的職業	1.41	1.44	1.32	1.67	1.70	2.07	1.85	2.19
建築・土木技術者等	3.46	4.66	3.41	7.84	3.68	4.23	4.31	5.11
事務的職業	0.25	0.20	0.35	0.39	0.33	0.40	0.37	0.45
販売の職業	2.26	0.82	2.15	2.28	1.46	1.71	1.74	1.94
サービスの職業	1.63	0.89	2.42	2.19	2.40	2.87	2.87	3.21
介護サービスの職業	1.35	0.77	1.71	1.71	2.57	3.01	3.06	3.53
接客・給仕の職業	2.14	1.01	2.92	2.96	3.02	3.61	3.54	3.77
建設・採掘の職業	0.91	1.29	1.09	1.76	2.83	3.12	3.19	3.66
土木の職業	0.82	1.24	0.83	1.70	2.71	2.94	2.92	3.41
建設躯体工事の仕事	3.21	3.05	2.56	3.26	6.79	7.09	7.08	8.11
農林漁業の職業	0.57	0.44	1.14	0.91	1.15	1.19	1.27	1.34
生産工程の職業	1.01	0.82	1.29	1.55	1.06	1.22	1.22	1.49
製品製造・加工処理	1.32	0.99	1.63	2.14	1.28	1.48	1.50	1.70

※有効求人倍率は原数値

▽有効求人人数・有効求職者数(実数値)

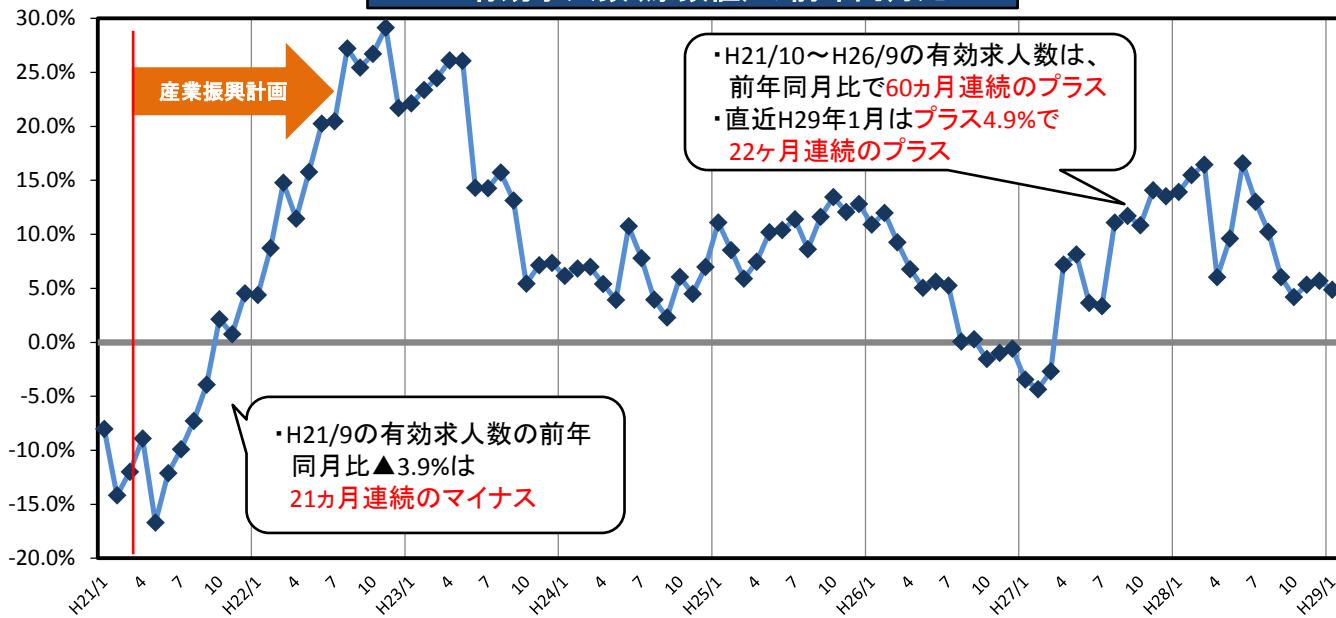


出典：高知労働局「雇用こうち」

	18年度 月平均	19年度 月平均	20年度 月平均	21年度 月平均	22年度 月平均	23年度 月平均	24年度 月平均	25年度 月平均	26年度 月平均	27年度 月平均	27年 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	28年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	29年 1月
有効求人人数	8,834	8,971	8,045	7,877	9,647	10,794	11,484	12,729	12,807	14,196	13,396	14,130	14,145	13,385	13,058	13,219	13,540	14,157	14,395	14,150	13,832	14,520	15,471	16,455	14,999	14,672	15,223	14,940	14,926	15,012	14,999	14,905	14,641	15,227
有効求職者数	18,375	17,861	17,538	18,045	18,004	17,815	18,092	16,804	15,225	14,445	14,687	15,918	16,829	15,794	15,260	14,830	14,663	14,232	14,197	13,288	12,569	13,072	13,830	14,963	15,105	14,660	14,059	13,739	13,521	13,373	13,080	12,454	11,798	12,474

※有効求人倍率の年度平均は原数値で、各月は季節調整値(センサ局法Ⅱ(X-12-ARIMA)による)。なお、平成28年12月以前の季節調整値は、新季節指数により改訂済み。

▽有効求人人数(原数値)の前年同月比



《全国》

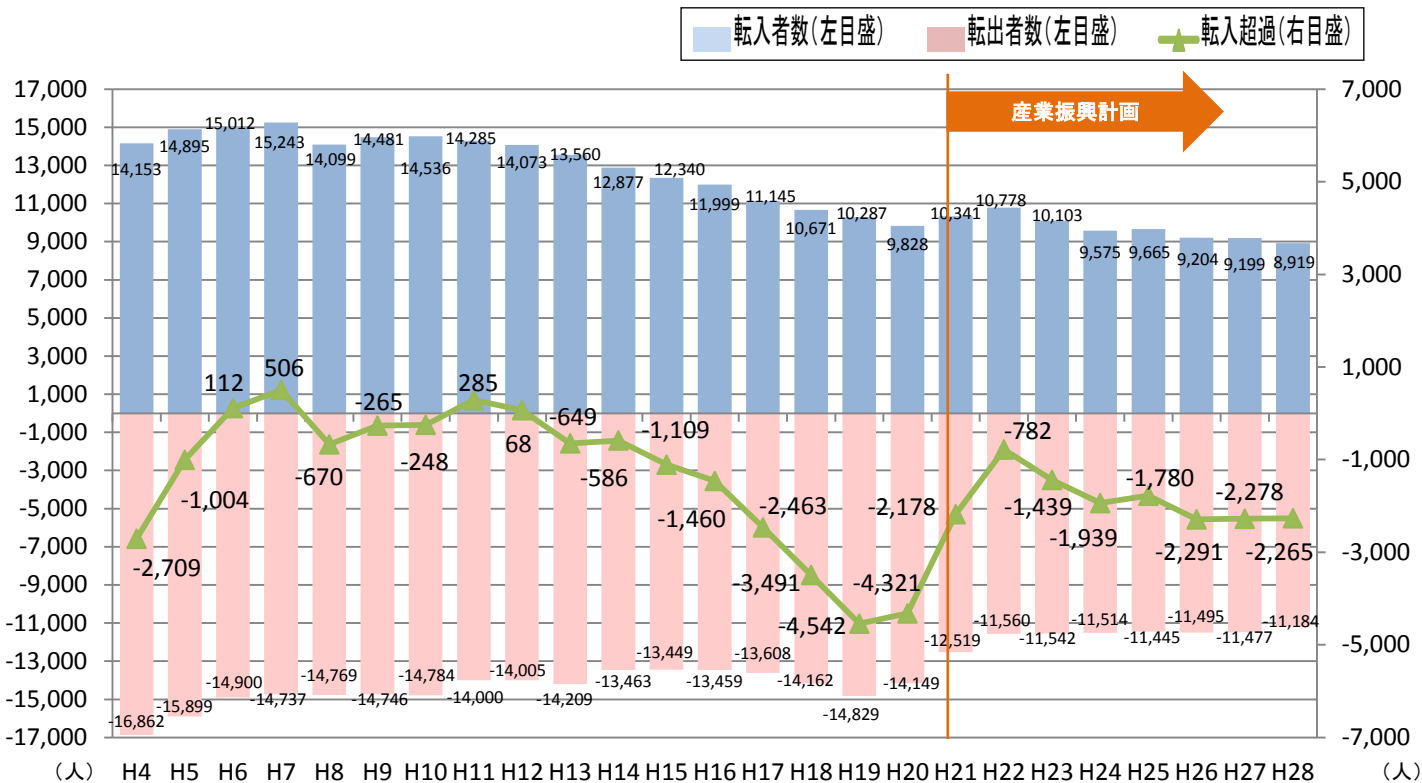
- ・平成29年1月の有効求人倍率は1.43倍で、前月と同水準を維持した。
- ・同月の新規求人倍率は2.13倍で、前月に比べて0.06ポイント下回った。
- ・同月の正社員有効求人倍率は0.99倍で、前年同月を0.12ポイント上回った。

《本県》

- ・平成29年1月の有効求人倍率は1.15倍となり、過去最高値となった前月を0.02ポイント下回ったものの、**高水準を維持**した。
- ・同月の新規求人倍率は1.80倍となり、前月を0.02ポイント下回った。
- ・同月の正社員有効求人倍率は0.68倍となり、前年同月を0.08ポイント上回り22カ月連続で前年同月を上回った。
- ・同月の有効求人人数は、前年同月比でプラス4.9%となった。

※有効求人倍率・新規求人倍率はいずれも季節調整済みの値。

▽高知県における他都道府県からの転入・転出・転入超過数



出典:住民基本台帳移動報告(統計局)

《本県》

- ・平成28年の社会増減は-2,265人であり、平成27年の社会増減-2,278人とほぼ同水準だった。
- ・全国が景気回復状況下では、本県の社会減が増加する傾向があるが、今回の景気回復局面(H22～)における社会減の幅は、過去の同様局面(H18～H20頃)における社会減の幅の1/2程度にとどまっている。

◆高知県金融経済概況 H29. 3. 7公表<抜粋> (日本銀行高知支店)

【概 論】

高知県の景気は、緩やかに回復している。

前回の概況公表時(2月上旬)以降の県内景気を見ると、個人消費は、労働需給が着実に改善し、雇用者所得も緩やかな増加基調にあるもとで、底堅く推移している。観光客は、個人客を中心に堅調に推移している。また、公共投資、住宅投資が増加しているほか、設備投資も高めの水準で推移している。

先行きについても、企業・家計の両部門において、所得から支出への前向きの循環が維持されるもとで、経済対策の効果も見込まれることから、緩やかに回復していくと考えられる。もっとも、①海外経済や国際金融資本市場の動向の影響、②消費者の根強い低価格志向の帰趨について、注視していく必要がある。